



UNIVERSIDADE DO VALE DO TAQUARI - UNIVATES

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

**BALANÇOS SOCIAIS: ANÁLISE DAS CORPORAÇÕES COM E SEM
SELO ISE DA BM&FBovespa**

Bruna Duarte

Lajeado, maio de 2018

Bruna Duarte

**BALANÇOS SOCIAIS: ANÁLISE DAS CORPORAÇÕES COM E SEM
SELO ISE DA BM&FBovespa**

Monografia apresentada na disciplina de Estágio Supervisionado em Contabilidade II, do curso de Ciências Contábeis, da Universidade do Vale do Taquari - UNIVATES, como parte da exigência para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. Alexandre André Feil

Lajeado, maio de 2018

AGREDECIMENTOS

Agradeço a todas as pessoas que de alguma forma me auxiliaram na realização deste estudo. Aos meus pais e ao meu noivo, que desde o início me apoiaram, me incentivaram e compreenderam os momentos que tive que me ausentar para a elaboração e conclusão desta monografia. Aos meus amigos e colegas, pela compreensão e paciência. Ao meu orientador, Prof. Dr. Alexandre André Feil, que sempre esteve disposto a me auxiliar e a esclarecer minhas dúvidas, e por sempre me estimular a desenvolver esta monográfica com empenho e dedicação. A todos os professores, que fizeram parte da minha caminhada na universidade, pelo empenho em transmitir seus conhecimentos, contribuindo para a minha formação. A todos, o meu muito obrigada!

“A mente que se abre a uma nova ideia jamais voltará ao seu tamanho original”
(Albert Einstein)

RESUMO

O Balanço Social possui o propósito de divulgar as ações sociais da corporação, visando salientar sua solidez e crescimento, e ampliar o grau de confiança da corporação perante os *stakeholders*. Neste contexto, este estudo objetiva analisar, a partir dos relatórios sociais/sustentabilidade, as expressões relativas aos aspectos ambiental, social e econômico (tripé da sustentabilidade) publicadas pelas corporações listadas na BM&FBovespa com o selo ISE e as sem o selo. A metodologia empregada neste estudo centra-se na pesquisa mista, pois foram utilizados os métodos quantitativo e qualitativo. Quanto aos procedimentos técnicos e objetivos este estudo classifica-se como documental, descritivo e causal. A unidade de análise consistiu-se em cinco corporações com selo ISE e sete corporações em este selo classificadas entre as 19 maiores corporações S.A do Brasil. A interpretação das informações coletadas nos relatórios ocorreu por meio da análise de conteúdo com o fim de apurar a quantidade de menções das expressões relacionadas a cada aspecto do tripé, e, a partir desses dados elaborou-se gráficos por categorias e posteriormente tabelas que foram analisadas de acordo com a correlação de *Spearman*. Através do estudo pode-se observar que a variação em torno do número de vezes que as categorias são mencionadas pode advir de acontecimentos em todo o mundo ou apenas do propósito da corporação em relação à divulgação do demonstrativo. Tanto as corporações que possuem o selo ISE, quando as corporações que não possuem a certificação, apresentaram número superior de menções em relação aos aspectos lucros, energias e sociedade, em relação às categorias econômica, ambiental e social respectivamente. Entretanto, constatou-se que as corporações que possuem o selo ISE apresentam informações, relacionadas ao tripé da sustentabilidade, mais expressivas em seus relatórios sociais que as corporações que não possuem o selo. Verificou-se também que as corporações que possuem o selo ISE demonstram maior propensão ao crescimento do número de informações socioambientais em demonstrativos futuros.

Palavras-chave: Demonstrativo. Socioambientais. *Stakeholders*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Alguns usuários do Balanço Social.....	27
Figura 2 - Passos para elaboração do Balanço Social.....	32

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Práticas de Compra (com selo ISE).....	58
Gráfico 2 – Práticas de Compra (sem selo ISE).....	59
Gráfico 3 – Presença de Mercado (com selo ISE).....	60
Gráfico 4 – Presença de Mercado (sem selo ISE).....	60
Gráfico 5 – Lucros (com selo ISE).....	61
Gráfico 6 – Lucros (sem selo ISE).....	62
Gráfico 7 – Prejuízos (com selo ISE).....	63
Gráfico 8 – Prejuízos (sem selo ISE).....	64
Gráfico 9 – Água (com selo ISE).....	64
Gráfico 10 – Água (sem selo ISE).....	65
Gráfico 11 – Efluentes e Resíduos (com selo ISE).....	66
Gráfico 12 – Efluentes e Resíduos (sem selo ISE).....	67
Gráfico 13 – Emissões (com selo ISE).....	68
Gráfico 14 – Emissões (sem selo ISE).....	68
Gráfico 15 – Energias (com selo ISE).....	69
Gráfico 16 – Energias (sem selo ISE).....	70
Gráfico 17 – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (com selo ISE).....	71

Gráfico 18 – Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (sem selo ISE).....	72
Gráfico 19 – Direitos Humanos (com selo ISE).....	73
Gráfico 20 – Direitos Humanos (sem selo ISE).....	73
Gráfico 21 – Sociedade (com selo ISE).....	74
Gráfico 22 – Sociedade (sem selo ISE).....	75
Gráfico 23 – Responsabilidade pelo Produto (com selo ISE).....	76
Gráfico 24 – Responsabilidade pelo Produto (sem selo ISE).....	76

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Balanço Social francês.....	20
Quadro 2 – Modelo Resumido do Balanço Social Anual IBASE.....	34
Quadro 3 – Modelo Resumido do Balanço Social Anual Ethos.....	35
Quadro 4 – Modelo Resumido do Balanço Social GRI.....	36
Quadro 5 – Matriz para análise da sensibilidade de alguns indicadores do Balanço Social.	38
Quadro 6 – Estudos precedentes.....	40
Quadro 7 – Corporações listadas pelo <i>ranking</i> Forbes Global 2000 com negociações na BM&FBovespa.....	46
Quadro 8 – <i>Ranking</i> Forbes Global 2000 (com selo ISE).....	54
Quadro 9 – <i>Ranking</i> Forbes Global 2000 (sem selo ISE).....	55
Quadro 10 - Principais correlações apresentadas pela análise de <i>Spearman</i>	82

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Correlação de <i>Spearman</i> das corporações que possuem o selo ISE.....	78
Tabela 2 – Correlação de <i>Spearman</i> das corporações que não integram o grupo ISE.....	80

LISTA DE ABREVIATURAS

Abquim	Associação Brasileira de Indústria Química
Aneel	Agencia Nacional de Energia Elétrica
BISC	<i>Benchmarking</i> do Investimento Social Corporativo
BM&FBovespa	Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros de São Paulo
COELBA	Companhia de Eletricidade do Estado da Bahia
COPEL	Companhia Paranaense de Energia
DRE	Demonstração do Resultado do Exercício
ELETROBRAS	Centrais Elétricas Brasileiras S.A
FENABRAN	Federação Brasileira de Bancos
FIDES	Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social
GEE	Gases de Efeito Estufa
GRI	Global Reporting Initiative
GVces	Fundação Getúlio Vargas Centro de Estudos em Sustentabilidade
IBASE	Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
IEDI	Instituto de Estudos de Desenvolvimento Industrial
IFC	International Finance Corporation
ISE	Índice de Responsabilidade Social

KPMG	Klynveld Peat Marwick Gesellschaft
NBC	Normas Brasileiras de Contabilidade
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
OSCIP	Organização da Sociedade Civil de Interesse Público
PIB	Produto Interno Bruto
RSE	Responsabilidade Social Empresarial
S.A	Sociedade Anônima

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
1.1 Tema	16
1.1.1 Delimitação do tema	16
1.2 Problema de pesquisa.....	16
1.3 Objetivos.....	17
1.3.1 Objetivo Geral	17
1.3.2 Objetivos específicos.....	17
1.4 Justificativa	17
2 REFERENCIAL TEÓRICO	19
2.1 Balanço Social	19
2.1.1 Origem do relatório/Balanço Social.....	19
2.1.2 Evolução do relatório/Balanço Social no Brasil.....	21
2.1.3 Conceitos utilizados na área dos balanços sociais	23
2.1.4 Objetivos e finalidades do relatório social.....	24
2.1.5 Usuários e beneficiários do Balanço Social	26
2.1.6 Críticas ao balanço/relatório social/sustentabilidade.....	29
2.1.7 Obrigatoriedade e normatização do Balanço Social	30
2.2 A estrutura do balanço/relatório social/sustentabilidade	31
2.2.1 Modelo IBASE	33
2.2.2 Modelo Ethos	34
2.2.3 Diretrizes do GRI	36
2.2.4 Fontes de informação e a análise dos indicadores	37
2.3 Estudos precedentes realizados sobre relatórios sociais/sustentabilidade	39
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	43
3.1 Tipo de pesquisa	44
3.1.1 Caracterização quanto ao meio de abordagem do problema	44
3.1.2 Caracterização quanto ao procedimento técnico.....	44
3.1.3 Caracterização quanto ao objetivo	45
3.2 População e amostra da pesquisa.....	46
3.3 Coleta de dados	47
3.4 Tratamento e análise dos dados coletados	47

3.4.1 Correlação de <i>Spearman</i>	48
3.5 Limitações do método.....	50
4 CARACTERIZAÇÃO DA UNIDADE DE ANÁLISE.....	51
4.1 Origem e evolução do ISE.....	51
4.1.1 Como integrar o ISE	52
4.1.3 Objetivos do ISE	53
4.2 Corporações objeto de estudo.....	54
5 RESULTADOS E ANÁLISES	57
5.1 Categoria Econômica	57
5.1.1 Práticas de Compra	57
5.1.2 Presença de Mercado	59
5.1.3 Lucros	61
5.1.4 Prejuízos	62
5.2 Categoria Ambiental	64
5.2.1 Água	64
5.2.2 Efluentes e Resíduos	65
5.2.3 Emissões.....	67
5.2.4 Energias	69
5.3 Perfil do aspecto Social	70
5.3.1 Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente	70
5.3.2 Direitos Humanos	72
5.3.3 Sociedade.....	74
5.3.4 Responsabilidade pelo Produto	75
5.4 Correlação de <i>Spearman</i>	77
CONCLUSÃO.....	84
REFERÊNCIAS	87

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas a Responsabilidade Social Empresarial (RSE) está em voga, isto se atribui às empresas buscarem credibilidade no mercado, e em consequência encontram-se preocupadas com o bem estar da sociedade em que estão inseridas (OLIVEIRA, 2005). O autor destaca ainda que a RSE está diretamente vinculada a uma administração ética e transparente, onde além dos objetivos econômico-financeiros as organizações visam o bem estar dos interessados, os chamados *stakeholders*.

O balanço social pode ser considerado uma ferramenta de gestão às empresas que reconhecem nesse relatório a oportunidade de apresentar a seus fornecedores, funcionários e, principalmente, aos clientes e acionistas que a entidade é socialmente responsável (FERREIRA; ALVES, 2016). Com o propósito de divulgar as ações sociais da entidade, o Balanço Social pode ser observado por dois pontos: a) externo; e b) interno. No externo deve-se informar a influência da entidade na sociedade e no interno as informações devem refletir às iniciativas que transparecem a qualidade de vida da organização (BRAS et al., 2014).

Através da publicação do Balanço Social a organização consegue demonstrar que é socialmente responsável, o que pode trazer inúmeros benefícios, tais como: a) valorização da marca; b) fidelidade dos consumidores e acionistas; c) oportunidade de conquistar novos clientes e parceiros; d) lealdade e confiança de seus empregados; e) possibilidades de selecionar e manter profissionais de alto nível; e f) vantagens para a empresa ficar à frente de seus concorrentes diante dos *stakeholders* (ANDRADE; AVELINO; LINHARES, 2016).

Na legislação brasileira ainda não há previsão de obrigatoriedade para a elaboração e divulgação do Balanço Social, o que pode ser visto como um ponto negativo, pois uma vez que não existe regulamentação na composição de um relatório contábil, este pode ser apresentado de várias maneiras, inclusive poderia ser manipulado de acordo com os interesses de quem o estiver elaborando (CALIXTO, 2005). Porém, se existir uma norma regulamentadora fará com que não necessariamente as empresas demonstrem o quão responsável elas são, mas unicamente o que é exigido (PEROTTONI, 2002).

Em estudos realizados por Oliveira (2005) e Calixto (2005) foi possível verificar que o número de organizações que passaram a divulgar o Balanço Social é crescente desde 1999, e que essa atitude demonstra que as empresas brasileiras estão preocupadas com o meio em que estão inseridas. Entretanto os estudos apontam que por não haver uma padronização ou regulamentação em relação à publicação do demonstrativo, eles não estão livres de questionamentos e de, em alguns casos, apresentar as informações que lhes parecem mais atrativas aos *stakeholders*.

A BM&FBovespa, com o intuito de promover a responsabilidade social, em 2003 iniciou o projeto Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE). Para a corporação participar desse grupo é necessário que demonstre ser preocupada e responsável em relação ao tripé da sustentabilidade (ambiental, social e econômico) (ISEBVM, 2017). A cada ano o ISE obtém maior credibilidade no mercado, dado que as corporações que possuem o selo ISE são consideradas corporações socialmente responsáveis, e vistas pelos *stakeholders* como corporações que, além do desempenho econômico, se preocupam com questões ambientais e sociais (ISEBVM, 2017).

De acordo com estudo divulgado pela B3, das 443 corporações S.A listadas em seu *ranking* de responsabilidade social, 33% responderam aos seus questionamentos realizados em prol da averiguação das informações socioambientais divulgadas em seus relatórios anuais. E destas 147 empresas (ou 33%), 60 empresas já utilizam os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) para a elaboração dos relatórios sociais (PAVINI, 2017). Conforme Terreo (2017), diretora da Global Reporting Initiative Brasil, apesar do ODS ser um projeto novo, iniciado apenas em 2015, já é possível perceber com este primeiro resultado que uma parte significativa das empresas listadas estão atentas a esses desafios.

Neste contexto, na sequência apresenta-se o tema, a delimitação do tema, o problema de pesquisa, objetivo geral e objetivos específicos, justificativa, referencial teórico e procedimentos metodológicos.

1.1 Tema

A responsabilidade social empresarial de corporações com e sem o selo do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE).

1.1.1 Delimitação do tema

A análise das informações econômicas, ambientais e sociais divulgadas pelas corporações de Sociedade Anônima (S.A) com negociação na BM&FBovespa, listadas pelo *ranking* Forbes Global 2000, no ano de 2016, como as maiores S.A brasileiras. Divididas em dois grupos: corporações que possuem o selo do Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) e por corporações sem o selo ISE em 2016, análise entre os anos de 2010 e 2016.

1.2 Problema de pesquisa

A RSE é essencial para as empresas se manterem no mercado competitivo, visto que os consumidores buscam mais que produtos de qualidade, estão à procura de produtos que tenham sido produzidos por empresas sólidas e conscientes (FERREIRA; ALVES, 2016). O Balanço Social, como demonstrativo das ações sociais, visa revelar os gastos da entidade em prol do desenvolvimento humano e social, dirigido aos seus gestores, empregados e a comunidade (KROETZ, 2000). Neste sentido, salienta-se que o Balanço Social surgiu para evidenciar a responsabilidade social da empresa, tornando-se uma ferramenta relevante para auxiliar os gestores na tomada de decisão (AZEVEDO; CRUZ, 2006). Deste modo, a importância atribuída às expressões quanto aos aspectos econômico, ambiental e social publicadas nos relatórios de sustentabilidade/sociais por corporações com o selo ISE são mais expressivas em relação às corporações sem este selo?

1.3 Objetivos

Os objetivos estão descritos em objetivo geral e objetivos específicos.

1.3.1 Objetivo Geral

Analisar, a partir dos relatórios sociais/sustentabilidade, as expressões relativas aos aspectos econômico, ambiental e social (tripé da sustentabilidade) publicadas pelas corporações listadas na BM&FBovespa com o selo ISE e as sem o selo, com o intuito de verificar se as corporações que possuem o selo centram maior importância aos aspectos da sustentabilidade.

1.3.2 Objetivos específicos

Analisar as informações de caráter econômico, ambiental e social divulgadas nos relatórios sociais e ou de sustentabilidade;

Avaliar o comportamento das vezes que as expressões são mencionadas por cada corporação;

Analisar as variáveis intervenientes que influenciam na quantidade de vezes que as expressões são mencionadas nos relatórios.

1.4 Justificativa

A elaboração do Balanço Social é um incentivo a contemplação das ações sociais realizadas pela corporação, o demonstrativo/relatório pode estimular o controle social sobre o uso de incentivos fiscais e outros meios de gastos com trabalhadores e comunidade (SILVA; FREIRE, 2001). Além destes, o balanço tem competência para ser utilizado pelas corporações como um demonstrativo aliado as questões estratégicas e de visibilidade perante os *stakeholders* (SOUZA; PIMENTEL, 2014).

O assunto deste estudo tem influência tanto para as grandes corporações, como para às empresas de pequeno e médio porte, pois responsabilidade socioambiental não deve ser questão apenas para grandes corporações, e sim para aqueles que se preocupam com o bem estar da sociedade.

Para a acadêmica e demais estudantes de Ciências Contábeis, este estudo auxilia na expansão da área de conhecimento sobre responsabilidade empresarial e informações socioambientais publicadas pelas empresas. Além disso, assenta-se como uma sugestão de campo de atuação do qual o estudante talvez ainda tenha um conhecimento escasso.

Este estudo também pode ser utilizado pela Universidade do Vale do Taquari – UNIVATES, com o fim de verificar se a universidade integra o conhecimento com a prática empresarial. Após apresentar a introdução, na sequência apresenta-se o referencial teórico.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Neste capítulo apresentam-se os conceitos sobre Balanço Social, sua origem, evolução histórica, objetivos, usuários, críticas apresentadas ao demonstrativo e sua não regulamentação. Além desses, apresenta-se concepções sobre sua elaboração, fontes de informações, modelos de Balanço Social disponível pelo Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas (IBASE) e Ethos e as Diretrizes do *Global Reporting Initiative* (GRI).

2.1 Balanço Social

Nesta subseção apresenta-se a origem do Balanço Social e sua evolução, assim como conceitos sobre o tema, objetivos e finalidades do demonstrativo, seus usuários e beneficiários, e ainda críticas e questões sobre sua não obrigatoriedade e normatização.

2.1.1 Origem do relatório/Balanço Social

No seu início, o Balanço Social era visto em caráter limitado, restringindo-se a abordar aspectos relativos à força de trabalho empregada e elaborado por um resumido grupo de empresas. Entretanto, com o passar do tempo foram englobados elementos da responsabilidade social da organização à sociedade (RIBEIRO, 2005). Tornando, desta forma, o Balanço Social um demonstrativo contábil capaz de refletir o compromisso social da organização e auxiliar os *stakeholders* (AZEVEDO; CRUZ, 2006).

Após a guerra do Vietnã na década de 70, foi nos Estados Unidos da América que ocorreu o ápice para o início de uma nova visão social, onde a sociedade passou a ter voz perante as organizações (TINOCO, 2008). Ainda salienta-se que, partir desse movimento as igrejas, fundações, organizações caritativas, e profissionais formadores de opinião, através de suas fortes coerções fizeram surgir os primeiros relatórios socioeconômicos, que procuravam discriminar as relações sociais nas corporações.

Toda via existem discussões de onde tenha se originado o Balanço Social. Por volta do ano de 1920, por pressão dos trabalhadores ao poder político da Alemanha, algumas empresas deste país apresentaram a sociedade um relatório de cunho social, denominado Balanço Social (BITARELLO; DEBASTIANI, 2005). Entretanto, conforme os autores, estudos manifestam que o Balanço Social surgiu na França em 1977, quando o país criou a Lei nº 77.769, de 12 de julho, também conhecida como *rapport Sudreau*.

A França foi o primeiro país em nível global a criar uma lei para a elaboração e posterior publicação do Balanço Social, tendo como regra no momento da apresentação a empresa ter 300 funcionários ou mais (SILVA; FREIRE, 2001). O objetivo principal do Balanço Social Francês, de acordo com Tinoco (2008 p. 130) era: “[...] informar ao pessoal o clima social da empresa, a evolução do efetivo; em suma, estabelecer as performances da empresa no domínio social”. O Balanço Social francês é apresentado em 7 capítulos, como pode-se verificar no Quadro 1.

Quadro 1 – Balanço Social Francês

1. EMPREGO	
1.1 Número de empregados	1.4 Afastados
1.2 Trabalhadores externos	1.5 Desempregados
1.3 Contratações Durante o ano corrente	
2. REMUNERAÇÃO E ENCARGOS SOCIAIS	
2.1 Total de remunerações	2.4 Encargos salariais globais
2.2 Hierarquias das remunerações	2.5 Participação financeiras
2.3 Encargos acessórios	
3. CONDIÇÕES DE HIGIENE E SEGURANÇA	
3.1 Acidente de trabalho	3.3 Despesas com doenças
3.2 Doenças do Trabalho	
4. OUTRAS CONDIÇÕES DE TRABALHO	
4.1 Duração do tempo de trabalho	4.3 Despesas com melhoras das condições de trabalho
4.2 Organização e conteúdo do trabalho	
5. FORMAÇÃO	
5.1 Formação profissional contínua	5.2 Bolsas

(Continua...)

(Continuação...)

6. RELAÇÕES PROFISSIONAIS	
6.1 Representantes dos empregados	6.2 Informações e comunicações
7. OUTRAS CONDIÇÕES DE VIDA	
7.1 Trabalhos sociais (habitação, transporte, restaurações, lazer, férias, diversos).	7.2 Outros encargos sociais

Fonte: Adaptado de Silva e Freire (2001).

Através da elaboração e publicação do Balanço Social os *stakeholders* que possuíssem interesse na organização poderiam, por meio deste, efetuar uma análise da situação social da empresa (SILVA; FREIRE, 2011). Os autores destacam ainda que como cada empresa possuía particularidades adversas o balanço poderia ser ajustado de acordo com a necessidade de cada entidade.

2.1.2 Evolução do relatório/Balanço Social no Brasil

Em torno de 1970-1980, iniciou-se um amplo processo de transformação sociopolítica e econômica no país (SILVA; FREIRE, 2001). Além disso, os autores enfatizam que na época em que as empresas começaram a compreender e a participar do desenvolvimento social e da construção da ética empresarial, passaram a desenvolver relatórios regulares para demonstrar aos fornecedores, funcionários e investidores suas ações sociais e ambientais.

No ano de 1984, foi publicado:

[...] de maneira completamente voluntária o primeiro relatório de cunho social de uma empresa brasileira: o relatório de atividades sociais da Nitrofertil, empresa estatal que se situava no Estado da Bahia. Esse documento tentava dar publicidade as ações sociais realizadas e ao processo participativo desenvolvido na empresa durante aquele período. O documento recebeu o nome de Balanço Social da Nitrofertil (SILVA; FREIRE, 2001, p. 20).

Em 1986, surge no Brasil um modelo de Balanço Social, criado pela nova entidade que emergiu na época, a Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social (FIDES), entidade com objetivo educativo e cultural, que visa há humanização das empresas e a sua integração com a sociedade (BITARELLO; DEBASTIANI, 2005). Porém, somente a partir dos anos 90 as organizações começaram a publicar sistematicamente, por meio de relatórios e Balanço Social, ações realizadas em prol da comunidade (CALIXTO, 2005).

A ideia de Balanço Social se propagou em 1997, quando o sociólogo Herbert de Souza, conhecido como Betinho, por intermédio do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e

Econômicas (IBASE), em 18 de junho de 1997 iniciou uma campanha pela divulgação de um Balanço Social pelas empresas (TINOCO, 2008). Tinoco (2008, p. 135) salienta que “[...] a CVM, quase que na mesma época, sob a forma de uma minuta de instrução, propõe a apresentação obrigatória do Balanço Social”.

Ainda em 1977, o assunto passou a ser objeto do Projeto de Lei nº 3.116 de autoria das deputadas federais Maria da Conceição Tavares, Marta Suplicy e Sandra Starling, que propunham a obrigatoriedade da publicação do Balanço Social para todas as empresas públicas, concessionárias e permissionárias de serviços públicos e para as empresas privadas que tivessem um quadro de funcionários superior a 100 integrantes (BITARELLO; DEBASTIANI, 2005). Porém, o projeto de lei foi arquivado antes mesmo de passar no Congresso Nacional, devido ao término do mandato de suas genitoras (RIBEIRO, 2005).

Duas capitais brasileiras se destacam em relação ao tema, a saber: São Paulo/SP e Porto Alegre/RS. Ambas criaram uma espécie de selo de empresa cidadã, em São Paulo através da resolução nº 05/1998 foi instituído o Dia da Empresa Cidadã e o Selo Empresa Cidadã, e na capital gaúcha intuiu-se o Selo de Cidadania, sendo obrigatória a publicação do Balanço Social para empresa com sede na cidade e com mais de 20 funcionários (KROETZ, 2000). A finalidade das propostas foi o de elevar o número de empresas brasileiras que publicam periodicamente o Balanço Social, de acordo com Tinoco (2008, p. 136):

Várias empresas vêm publicando espontaneamente algumas informações adicionais às demonstrações contábeis obrigatórias. Não obstante isso, o conjunto de empresas que hoje publica seu Balanço Social ainda é bastante restrito no Brasil – aproximadamente 70 empresas. Para efeitos comparativos, existem cerca de 1000 empresas de capital aberto registradas na CVM.

Algumas associações de classe vêm estimulando seus membros a elaborar e publicar relatórios com informações de cunho social, como a Federação Brasileira de Bancos (FEBRABAN), a Associação Brasileira de Indústria Química (Abquim) e a Agência Nacional de Energia Elétrica (Aneel) (RIBEIRO, 2005). Sendo que a Aneel, a partir de 2003 tornou obrigatória a publicação do Balanço Social aos seus associados.

No ano de 2002, um grupo de entidades não governamentais criou o prêmio Balanço Social, com o propósito de propagá-lo como instrumento de transparência das ações da empresa, de comunicação livre com a sociedade e de gestão (RIBEIRO, 2005). Conforme Ribeiro (2005, p. 14), os critérios para a conquista do prêmio eram: “[...] abrangência e integridade, consistência e credibilidade, e comunicação”.

2.1.3 Conceitos utilizados na área dos Balanços Sociais

A definição de Balanço Social compreende um conjunto de informações de base contábil, gerencial, econômica e social, qualificadas para fornecer uma visão sobre o desempenho econômico e financeiro das empresas e sua atuação em benefício da sociedade (MARTINS et al., 2013). O Balanço Social complementa o sistema de informação contábil, possibilitando aos *stakeholders* conhecer a atuação social da entidade, seu posicionamento perante a comunidade e o meio ambiente, bem como seu relacionamento com os empregados (BRAS et al., 2014).

O Balanço Social apresenta informações alternativas que viabilizam a inclusão da organização na sociedade, concretizadas com a contribuição às atividades educacionais, culturais e artísticas que, em determinados casos, se constituem em políticas públicas de apoio à cultura, onde a empresa, além de estar promovendo um benefício à sociedade, poderá receber incentivos fiscais por financiar tais atividades (FERNANDES, 2010).

Assim, como as demais demonstrações contábeis (Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado de Exercício, entre outros), o Balanço Social serve como elemento de análise para elaboração de um planejamento estratégico, porém este tem o intuito de evidenciar os princípios e valores da organização, uma vez que a continuidade da atividade empresarial está atrelada a disponibilidade de recursos futuros no processo produtivo (ANDRADE; AVELINO; LINHARES, 2016).

O Balanço Social é um demonstrativo contábil não apenas direcionado aos acionistas ou proprietários da organização, mas aqueles que tiverem interesse em conhecer as atitudes sociais da empresa, conforme Tinoco, (2008, p. 37):

O Balanço Social constitui um instrumento de controle e de tomada de decisões, de grande utilidade para a direção da empresa, permitindo melhorar o ambiente interno e clarificar alguns objetivos a médio prazo: os corpos diretivos passarão, assim, a ser julgados não apenas em função dos resultados econômicos, mas também dos resultados sociais.

O Balanço Social pode contribuir para modificar a imagem pública da empresa, do próprio pessoal e do público em geral; em alguns países, está constituindo um bom instrumento de trabalho para as negociações laborais entre a direção da empresa e os sindicatos.

Neste sentido, a transparência, fidedignidade e qualidade das informações são características imprescritíveis, pois servirão de critério para mensurar o comprometimento social da organização (OLIVEIRA, 2005). Portanto, é necessário que sejam apresentados os

dados da empresa na íntegra, independente deles serem bons ou ruins, visto que somente com informações confiáveis é que os *stakeholders* poderão avaliar se a empresa está de fato cumprindo suas responsabilidades frente à sociedade (SIQUEIRA; FERNANDES, 2009).

2.1.4 Objetivos e finalidades do relatório social

Em decorrência da alta competitividade que se instaurou no mercado econômico desde a década de 90, as organizações precisam estar preparadas para lidar com seus concorrentes. Além de gerar lucros elas devem ser empresas responsáveis, para assim conquistarem o mercado, e o Balanço Social apresenta a possibilidade da empresa mostrar aos *stakeholders* o quão é aprazível (PEROTTONI, 2002). Conforme Sá (1998, p. 54) o “[...] Balanço Social representa a expressão de uma prestação de contas da empresa á sociedade em face de sua responsabilidade para com a mesma”.

O Balanço Social, segundo Tinoco (2008, p. 28) apresenta a seguinte indagação: “Que informações os trabalhadores e os parceiros nos negócios das organizações, como usuários da informação contábil e social e como partes integrantes da capacidade produtiva das empresas gostariam de receber?”. Em resposta ao questionamento o autor relata que as informações pertinentes às atividades sociais da empresa deveriam estar apresentadas juntamente com as demais informações contábeis disponíveis aos *stakeholders*. E que estas deveriam exibir informações como: bens e serviços produzidos pela organização; número de empregados por departamento; salários praticados em cada setor; escolaridade; e ainda, um comparativo de remuneração *versus* qualificação.

O Balanço Social visa demonstrar o resultado da interação da empresa com o meio em que está inserida, e para evidenciar essa relação, focalizam-se informações em quatro eixos: ambiental; recursos humanos; demonstração do valor agregado; e benefícios a sociedades em geral. Desta forma, expressando uma multipolaridade de enfoques, de maneira que contemple todos os pontos existentes entre empresa e sociedade (AZEVEDO; CRUZ, 2006).

Utilizado como um artifício pelas empresas para tornar públicas as suas intenções e compromissos sociais, o Balanço Social objetiva a transparência dessas ações no exercício da responsabilidade social, trazendo informações qualitativas e quantitativas (FERREIRA; ALVES, 2016). Assim como os demais demonstrativos contábeis, o Balanço Social é um

relatório proveitoso para os gestores avaliarem o desempenho da organização, pois o mesmo revela o compromisso socioambiental das empresas (FERNANDES, 2010).

O Balanço Social tem a finalidade de expressar a seus usuários, de maneira clara, transparente e confiável, como foram investidos os recursos gerados pela atividade da empresa (PEROTTONI, 2002). Nesta mesma perspectiva, Kroetz (2000, p.79) afirma que o Balanço Social tem como objetivos:

- a) Revelar, conjuntamente com as demais demonstrações contábeis, a solidez da estratégia de sobrevivência e crescimento da entidade;
- b) Evidenciar, com indicadores, as contribuições à qualidade de vida da população;
- c) Abranger o universo das interações sociais entre: clientes, fornecedores, associações, governo, investidores, universidades e outros;
- d) Apresentar os investimentos no desenvolvimento de pesquisas e tecnologias;
- e) Formar um banco de dados confiável para análise e tomada de decisão dos mais diversos usuários;
- f) Ampliar o grau de confiança da sociedade na entidade;
- g) Contribuir para implementação, manutenção de processos de qualidade, sendo a própria demonstração do Balanço Social um parâmetro para tal;
- h) Medir os impactos das informações apresentadas no Balanço Social perante a comunidade dos negócios; no amanhã da entidade; na marca; na imagem dos negócios;
- i) Verificar a participação do quadro funcional no processo de gestão (fase da gestão participativa);
- j) Servir de instrumento para negociações laborais entre a direção da entidade e sindicatos ou representantes dos funcionários;
- k) Melhorar o sistema de controle interno, permitindo qualificar o ambiente organizacional, numa perspectiva de confirmar a regularidade da gestão identificada com o gerenciamento social e ecologicamente correto;
- l) Clarificar os objetivos e as políticas administrativas, julgando a administração não apenas em função do resultado econômico, mas também dos resultados sociais.

O Balanço Social, por disponibilizar dados socioambientais da organização, surge como uma das principais fontes para sintetizar e disponibilizar informações sobre como a empresa vem trabalhando as questões ambientais, sociais e econômicas (OLIVEIRA, 2005). Este autor ainda complementa que esse é o papel do Balanço Social, não apenas informar de forma organizada aos *stakeholders* o que a empresa tem feito, mas abranger a maneira como as ações são desenvolvidas, e isto inclui também a divulgação de uma análise clara do que não tem sido feito pelas organizações em favor da sustentabilidade empresarial.

A publicação do Balanço Social por organizações não obrigadas torna-se uma ação de responsabilidade social, bem como uma predisposição da participação dos envolvidos (SIQUEIRA; FERNANDES, 2009). O demonstrativo pode se configurar como uma alternativa adicional para a gestão social, e também utilizado para *marketing* político, portanto precisa-se desenvolver uma visão crítica do que está sendo apresentado (MARTINS et al., 2013).

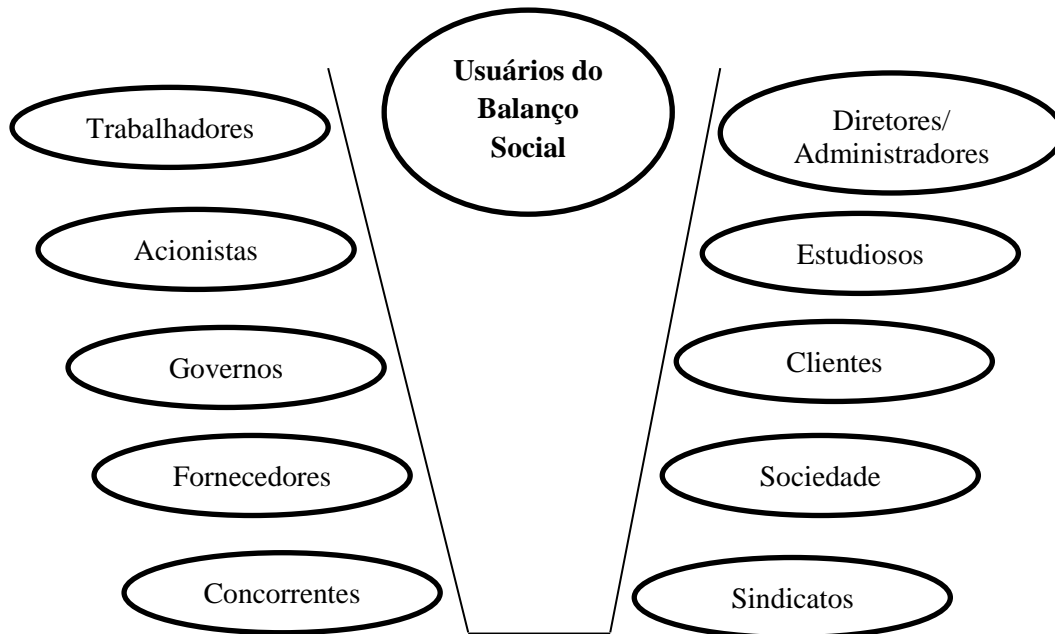
A elaboração e divulgação de um relatório que é propício a evidenciar o comprometimento da organização possibilita confrontar os dados apurados com os resultados de seus concorrentes, oportunizando a sociedade, ou mais especificamente a comunidade em que está inserida, o exercício do poder de julgamento (FERNANDES, 2010). O Balanço Social torna público a quantidade de capital investido pelas empresas na realização de ações ambientais e sociais, o que além de enunciar o seu grau de comprometimento com a sustentabilidade, lhe traz diferenciais, e aos olhos de seu público, sua imagem é vinculada a RSE (BITARELLO; DEBASTIANI, 2005).

2.1.5 Usuários e beneficiários do Balanço Social

O Balanço Social garante informações a diversos usuários, desta forma, é necessária à utilização de uma sistemática de apresentação para que ele se torne um instrumento eficaz, demonstrando com clareza e objetividade os dados expressados (BITARELLO; DEBASTIANI, 2005).

De acordo com Iudícibus, Martins e Gelbcke (2000, p. 42) caracteriza-se como usuário “[...] toda pessoa física ou jurídica que tenha interesse na avaliação da situação e do progresso de determinada entidade, seja tal entidade empresa, ente de finalidades não lucrativas, ou mesmo patrimônio familiar”. Deste modo, pode-se dizer que, todos os grupos que interagem com a empresa são considerados usuários e/ou beneficiários do Balanço Social, conforme Figura 1.

Figura 1 - Alguns usuários do Balanço Social



Fonte: Kroetz (2000, p.84).

Em relação à Figura 1, explicita-se as necessidades e visão de cada usuário (KROETZ, 2000):

- a. **Trabalhadores:** aos trabalhadores apresenta indicadores que apontam a influência que a organização exerce sobre a sociedade, pois divulga as ações desenvolvidas em prol dos colaboradores, além de sistematizar um conjunto de características acerca do perfil dos mesmos;
- b. **Acionistas:** a estes exibe informações sobre as ações sociais com finalidade de viabilizar maior segurança para a tomada de decisão em relação a seus investimentos;
- c. **Governos:** com base no demonstrativo os poderes públicos, municipal, estadual ou federal, poderão criar um vasto banco de dados com referências relevantes para o planejamento estratégico. Bem como terão dados significativos para verificar as contribuições tributárias. Desta forma, o Balanço Social se torna um instrumento de apoio para o planejamento governamental, apresentando a realidade e as tendências, em termos de ações sociais e ambientais, permitido ao poder público controlar e incentivar as organizações que influenciam positivamente no meio em que estão inseridas;

- d. Fornecedores: para estes revela as direções nas áreas social e ecológica, ampliando sua credibilidade com a entidade que negocia;
- e. Concorrentes: aproveitam as informações disponíveis para examinar as ações de seu oponente, verificam o nível de competitividade, novas tendências, visão de mercado, entre outros;
- f. Diretores/Administradores: como demonstrativo contábil, para os diretores/administradores o Balanço Social é uma ferramenta de gestão, que auxilia na tomada de decisão e permite investigar tendências e oportunidades, tanto internas quanto externas;
- g. Estudiosos: o conjunto de demonstrativos irá gerar um banco de dados, o qual irá auxiliar no entendimento da situação social das empresas, proporcionando bases para pesquisas na área;
- h. Clientes: aos clientes expõem uma visão diferente da usual, por meio do Balanço Social poderão conhecer as políticas sociais da organização e traçar seu perfil. E assim confiar mais, ou não, no produto ou serviço que vierem a adquirir;
- i. Sociedade: possibilita a fiscalização das ações com o interesse de aferir danos e agravos praticados contra a sociedade e contra o meio ambiente. O Balanço Social supre a ausência informativa, deixando a comunidade atualizada dos acontecimentos, favoráveis ou não, internos e externos, consequente da atividade desenvolvida; e
- j. Sindicatos: estes terão indicadores para aperfeiçoar o processo de negociação com a classe empresarial e permitirá verificar as ações em relação ao quadro de colaboradores.

Ao encontro do entendimento quanto aos usuários, Ribeiro (2005, p. 24) exprime que:

[...] o Balanço Social permite a investidores e credores, governo executivo, legisladores, julgadores, empregados atuais e futuros, sindicatos, ONGs, instituições acadêmicas e de pesquisa, órgãos regulador, partidos políticos, autoridades municipais – ou seja, a sociedade como um todo – conhecer melhor a empresa.

A sociedade de um modo geral é parte interessada na divulgação das informações constantes no Balanço Social, considerando as partes mencionadas anteriormente, tem-se uma estrutura da comunidade onde a empresa pode estar inserida, assegurando desta forma a

relevância da atuação responsável e do Balanço Social como parte integrante das demonstrações contábeis das organizações (FERREIRA et al., 2004).

2.1.6 Críticas ao balanço/relatório social/sustentabilidade

Pelo fato de não existir uma normatização quanto à elaboração e divulgação do Balanço Social, o demonstrativo pode apresentar impasses que prejudiquem o seu alcance e objetivo, tais como: abrangência limitada; viés para *marketing*; baixa transparência; e uma frágil padronização (CARVALHO; SIQUEIRA, 2007).

Conforme forem os objetivos da organização que está apresentando o Balanço Social, este poderá ter características diferentes. Todavia o demonstrativo não deve apenas expressar os pontos positivos da empresa e deixar de divulgar dados que possam ser considerados adversos às práticas sustentáveis, observando que a finalidade do relatório é retratar o real comprometimento da organização frente ao tripé da sustentabilidade (FERNANDES, 2010).

Se o objetivo da divulgação do Balanço Social for servir como estratégia de *marketing*, provavelmente informações negativas não serão apresentadas, visto que poderão prejudicar a imagem institucional. Já se o propósito da exposição das ações sociais for revelar a transparência da empresa para com a sociedade, todos os dados devem ser publicados (FERNANDES, 2010).

Moreira et al. (2016) relatam que raras são as vezes que as empresas divulgam informações sociais ou ambientais negativas em seus relatórios anuais, conforme puderam perceber em seu estudo com as empresas do grupo Centrais Elétricas Brasileiras S.A (ELETROBRAS). Os autores destacam também que há falta de regularidade nos relatórios divulgados pelas empresas do grupo, o que dificulta a análise pelos *stakeholders* e faz com que o demonstrativo perda credibilidade.

Oliveira (2005, p.15), através de um estudo, realizados com as 500 maiores empresas S.A brasileiras, tendo em vista a análise dos balanços sociais, aponta que:

[...] muitos balanços sociais na realidade parecem material de divulgação comercial da empresa, usando ações socioambientais como uma estratégia de propaganda. Mais do que isso, o artigo indica que muitos balanços sociais, da forma como estão sendo publicados, podem ter um efeito contrário na credibilidade da empresa e ceticismo da ideia de responsabilidade social, e assim levar a uma perda de

confiança dos *stakeholders* frente à empresa. Isto pode acontecer quando o Balanço Social é confuso e mal escrito e as informações são pouco confiáveis, irrelevantes, inconsistentes, incoerentes, pouco detalhadas e sem padronização.

Na qualidade de ser um instrumento de divulgação da responsabilidade social das empresas, é imperativo a observação que os dados compartilhados não interfiram na privacidade da organização, pois o demonstrativo não deve atentar contra os direitos dos indivíduos ou das entidades, além de ser vedada a publicação de informações subjetivas ou elementos de caráter especulativo, dado que os indicadores expostos devem exprimir a verdade, desta forma, opiniões e suposições não fazem jus de serem publicadas (FERREIRA; ALVES, 2016).

2.1.7 Obrigatoriedade e normatização do Balanço Social

Herbert de Souza, considerado o disseminador da ideia do Balanço Social no Brasil, já na década de 90 expressava a opinião contra a divulgação obrigatória do demonstrativo, esclarecendo que a publicação espontânea seria a maneira ideal. Porém, Souza (1997) aponta que uma legislação seria pertinente para que houvesse padronização na elaboração e nas informações divulgadas no Balanço Social. Em 1997, foram apresentados projetos de lei para a regularização do Balanço Social, entretanto os mesmos não foram aprovados (SILVA; FREIRE, 2001).

A obrigatoriedade da publicação do Balanço Social contrapõe o princípio fundamental de sua elaboração, que é a essência liberal, tão relevante para a relação com a sociedade (PEROTTONI, 2002). A determinação da obrigatoriedade de divulgação do demonstrativo seria uma maneira de inibir iniciativas de imensa informação das ações sociais de cada organização, influenciando as entidades a apresentar estritamente o exigido pela legislação. Nesta visão, Perottoni (2002, p. 55) acrescenta que:

[...] nos moldes propostos, o Projeto de Lei em tramitação no Congresso Nacional coloca em risco o que buscamos e estamos conseguindo a duras penas: uma relação direta e livre no relacionamento entre capital e trabalho. O Projeto também é discriminatório quando exige a divulgação de dados sobre cor, sexo e valores de remuneração e proporcionalidade de cargos ocupados por mulheres e negros em relação ao número de cargos existentes na empresa e outros dados que podem tornar a divulgação do Balanço Social uma poderosa arma contra a instituição, por parte de inescrupulosos manipuladores de dados.

Em conformidade com as ideias de Perottoni (2002), Ribeiro e Lisboa (1999, p. 20) destacam que “[...] o Balanço Social não deve ser obrigatório por lei, mas sim por princípios morais, éticos, de respeito e responsabilidade social”. No entanto, normatizar as informações contidas no Balanço Social possibilitaria aos usuários realizar comparações entre entidades do mesmo segmento (AZEVEDO; CRUZ, 2006). De acordo com estes autores, com a regulamentação do demonstrativo a empresa teria um instrumento de aferição na tomada de decisão, pois o relatório permite uma análise empresarial na condução de suas atividades e ações realizadas em prol da sociedade.

Em contrapartida Lewis e Unerman apud Oliveira (2005), apontam que uma padronização poderia impedir a adaptação do demonstrativo de acordo com as particularidades de cada segmento, visto que o relativismo ético nessa circunstância é essencial. Os autores ainda apontam que a necessidade de uma sociedade não é igual à outra, assim como a cada ano pode haver mais ou menos informações relevantes a serem apresentadas.

2.2 A estrutura do balanço/relatório social/sustentabilidade

O Balanço Social busca utilizar o máximo de indicadores disponíveis pela empresa, reunindo dados de vários setores para apresentar informações pertinentes, tanto aos gestores - para auxiliá-los na tomada de decisão -, quanto à sociedade – para identificar quais são as ações sociais da entidade (TINOCO, 2008). Tinoco (2008, p. 38) enfatiza que “[...] três departamentos funcionais participam na elaboração do Balanço Social: o departamento de pessoal, o de contabilidade e o departamento de sistemas de informação”.

Embora não haja um modelo de Balanço Social na legislação brasileira que seja padrão a todas as empresas é pertinente destacar alguns princípios gerais que devem nortear a organização e elaboração do demonstrativo, assim Kroetz (2000, p. 108) ressalta:

- a) *Pertinência* – informação deve ser relevante, clara e concisa, devendo refletir a realidade;
- b) *Objetividade* – a informação deve ser factual, não distorcida (fidelidade), expressando os fatos de uma forma independente, relativamente aos juízos pessoais de quem a prepara (neutralidade);

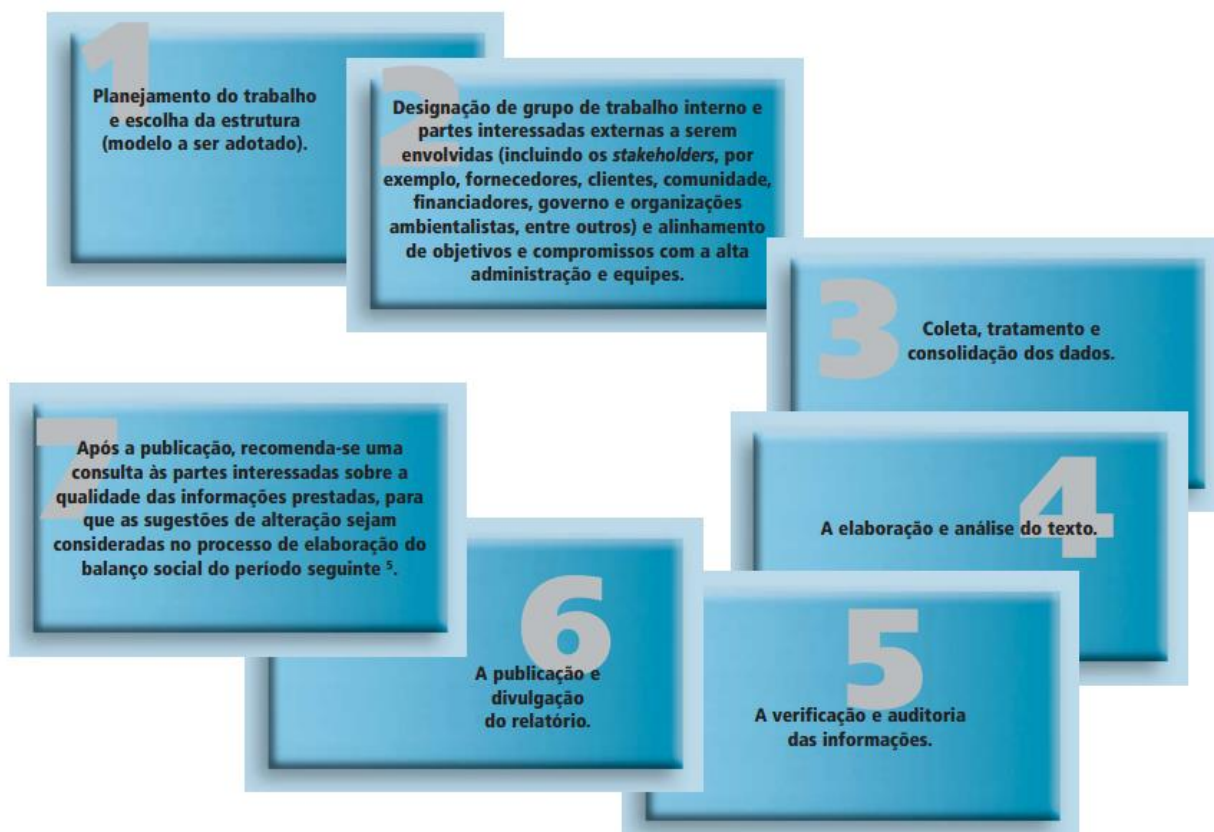
c) *Continuidade* – as práticas de coleta, registro e demonstração devem manter-se de um período para o outro. A falta de continuidade diminui a comparabilidade dos dados e pode ocultar certa manipulação da informação;

d) *Uniformidade ou consistência* – a informação deve permitir comparações, usando dados de anos anteriores, normas e valores médios de cada setor e/ou outros valores representativos publicados por organismos nacionais e internacionais etc. a comparabilidade supõe certo grau de padronização, e, em casos de alteração dos procedimentos, deve ser explicada em notas específicas;

e) *Certificação* – a informação deve ser suscetível de ser confirmada e certificada por uma entidade independente da organização e dos destinatários da informação.

O Balanço Social deve apresentar claramente quais as políticas praticadas pela organização e quais seus reflexos no patrimônio, com o intuito de salientar sua participação no processo de evolução social (KROETZ, 2000). De acordo com o autor, essa preocupação é uma evidência na tentativa de encontrar a maneira mais eficaz de apresentar as informações de responsabilidade social. De acordo com Ethos (2007, p. 6) no momento em que a organização decide elaborar um Balanço Social, ela deve seguir alguns passos, que podem ser identificados na Figura 2.

Figura 2 – Passos para elaboração do Balanço Social



Kroetz (2000) salienta que os dados apresentados pelo Balanço Social serão diferentes dos habitualmente constantes nos balanços patrimoniais, pois alguns serão de ordem numérica e outros reflexos de questionários ou entrevistas. Na sistematização do Balanço Social, sugere-se que a empresa apresente dados relativos ao quadro de empregados com distinção por sexo, idade, formação escolar e cargos; remuneração por setor; benefícios oferecidos aos funcionários como alimentação, treinamentos, assistência médica; e outras variáveis que possibilitem demonstrar a responsabilidade social da empresa (RIBEIRO; LISBOA, 1999).

Oliveira (2005), através de seu estudo, relata que entre 100 corporações que apresentam informações relevantes em seu demonstrativo social, 34% utilizam o modelo do IBASE para apresentação de seus dados, porém muitas corporações ainda utilizam modelos diversos ou corporativos.

Algumas corporações optam pelo modelo sugerido pelo Instituto Ethos para publicar seus demonstrativos sociais, modelo este que propõe a empresa um *check-list* dos registros de seus resultados quanto aos esforços de evidenciar a responsabilidade social (AZEVEDO; CRUZ, 2006). Dias, Siqueira, Rosssi (2006) destacam que algumas organizações não apresentam informações adequadas para a elaboração do Balanço Social conforme os modelos propostos pelo IBASE ou Ethos, utilizando então como demonstrativo de suas ações sociais o modelo GRI.

2.2.1 Modelo IBASE

O IBASE é uma organização sem fins lucrativos, que tem o objetivo de ressaltar a democracia como modo de vida em sociedade (IBASE, 2016).

O modelo de Balanço Social proposto pelo IBASE proporciona a demonstração, de forma transparente, de como as empresas agem quanto a sua responsabilidade social e cidadã (FREY; SILVEIRA FILHO, 2003). Conforme Ethos (2007, p. 12), a empresa deve divulgar o modelo IBASE:

[...] como forma de apresentar periodicamente a sociedade suas ações e sua evolução no tratamento de temas relevantes para o contexto brasileiro, como educação, saúde, promoção da diversidade, preservação do meio ambiente, contribuições para a melhoria da qualidade de vida e de trabalho dos funcionários, desenvolvimento de projetos comunitários, erradicação da pobreza e criação de postos de trabalho.

O modelo IBASE é apresentado por meio de planilhas com dados principalmente quantitativos sobre a gestão social da organização, conforme pode-se observar no Quadro 2.

Quadro 2 – Modelo Resumido do Balanço Social Anual IBASE

1. Identificação					
Nome da Instituição:					
Tipo/Categoria:					
Natureza Jurídica:					
Sem fins lucrativos?					
Isenta da cota patronal do INSS?					
Possui Certificado de Entidade Beneficente de Assistência Social?					
Possui no:					
De utilidade pública?					
Classificada como Oscip (Lei 9.790/99)?					
2. Origem dos recursos			X2		X1
Receitas Totais			\$	%	\$ %
3. Aplicação dos recursos			x2		x1
Despesas Totais			\$	%	\$ %
4. Indicadores sociais internos (Ações e benefícios para os(as) funcionários(as))		X2		X1	
Total - Indicadores sociais internos		\$	%	\$	%
5. Projetos, ações e contribuições para a sociedade		X2		X1	
Áreas de Incidências		\$	%	\$	%
6. Outros indicadores		X2		X1	
7. Indicadores sobre o corpo funcional		X2		X1	
8. Qualificação do corpo funcional		X2		X1	
Nº total de docentes					
Nº total de funcionários(as) no corpo técnico e administrativo					
9. Informações relevantes quanto a ética, transparência e responsabilidade social		X2		X1	
10. Outras Informações					

Fonte: Adaptado de IBASE (2016).

Por meio do demonstrativo IBASE, as empresas podem divulgar a sociedade informações sobre seus investimentos, tanto internos quanto externos, em ações ambientais, sociais e econômicas. Segundo a instituição, um dos objetivos do modelo é que seja simples e de fácil entendimento, para que não perca sua comparabilidade e relevância.

2.2.2 Modelo Ethos

O Instituto Ethos para Negócios Sustentáveis e Responsáveis é uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP), cuja missão é estimular, sensibilizar e auxiliar

as empresas a gerir seu negócio de forma socialmente responsável, intensificando o compromisso com a responsabilidade social e o desenvolvimento sustentável (ETHOS, 2007).

Os indicadores apresentados pelo modelo Ethos trazem medidas de desempenho em sustentabilidade e RSE, visando avaliar o quanto as ações têm sido introduzidas nos negócios, colaborando na definição de estratégias, políticas e processos (STROBEL, 2005). O Instituto Ethos (2007, p. 8) define negócio sustentável e responsável como:

[...] a atividade econômica orientada para a geração de valor econômico-financeiro, ético, social e ambiental, cujos resultados são compartilhados com os públicos afetados. Sua produção e comercialização são organizadas de modo a reduzir continuamente o consumo de bens naturais e de serviços ecossistêmicos, a conferir competitividade a continuidade á própria atividade e promover e manter o desenvolvimento sustentável da sociedade.

O modelo resumido do Balanço Social Ethos é apresentado conforme Quadro 3.

Quadro 3 – Modelo Resumido do Balanço Social Anual Ethos

PARTE 1 — APRESENTAÇÃO 1. Mensagem do Presidente 2. Perfil do Empreendimento 3. Setor da Economia
PARTE 2 — A EMPRESA 4. Histórico 5. Missão e Visão 6. Princípios e Valores 7. Estrutura e Funcionamento 8. Governança Corporativa
PARTE 3 — A ATIVIDADE EMPRESARIAL 9. Diálogo com Partes Interessadas 10. Indicadores de Desempenho <ul style="list-style-type: none"> 10.1. Indicadores de desempenho econômico 10.2. Indicadores de desempenho social <ul style="list-style-type: none"> 10.2.1 Público Interno 10.2.2 Fornecedores 10.2.3 Consumidores e Clientes 10.2.4 Comunidade 10.2.5 Governo e Sociedade 10.2.6 Indicadores de Desempenho Ambiental
PARTE 4 — ANEXOS 11. Demonstrativo do Balanço Social modelo IBASE 12. Iniciativas de Interesse da Sociedade – Projetos Sociais 13. Notas Gerais

Fonte: Adaptado de Ethos (2007).

Os indicadores Ethos tem como objetivo auxiliar as empresas a gerenciarem os impactos sociais e ambientais decorrentes de suas atividades. Conforme o instituto, o Balanço Social traz dados qualitativos e quantitativos que podem orientar o planejamento das

atividades da organização, além de demonstrar a sociedade o que a empresa faz por seus profissionais, colaboradores, meio ambiente e pela comunidade.

2.2.3 Diretrizes do GRI

A GRI é uma organização internacional cuja finalidade é desenvolver e aperfeiçoar diretrizes para a elaboração de relatórios de sustentabilidade, proporcionando a viabilidade de comparação dos demonstrativos sociais a nível mundial (ETHOS, 2007). A Estrutura de Relatórios da GRI foi criada para:

[...] proporcionar uma “linguagem comum” que pudesse ser aplicada por todos os tipos de organizações e foi preparada usando como referência um grande número de acordos e normas internacionais. A Estrutura da GRI coloca as organizações em um mesmo nível, o que ajuda a discutir e comparar seu desempenho de sustentabilidade (GRI, 2012, p. 17).

Devido à necessidade de uma ferramenta que fosse complacente e que pudesse ser compreendida e comparada com outras normas e padrões de responsabilidade social, foi constituído um modelo de Balanço Social com base na GRI, conforme Quadro 4.

Quadro 4 – Modelo Resumido do Balanço Social GRI

	GATEGORIA	ASPECTOS
ECONÔMICA	Impactos econômicos diretos	Clientes Fornecedores Funcionários Investidores Práticas de Compra Presença de Mercado Setor público
AMBIENTAL	Impactos ambientais	Materiais Energia Água Biodiversidade Efluentes e resíduos Emissões Fornecedores Produtos e serviços Adequação à legislação Transporte
SOCIAL	Práticas trabalhistas	Emprego Relações com funcionários Saúde e segurança Treinamento e educação Diversidade e oportunidade

(Continua...)

(Continuação...)

	GATEGORIA	ASPECTOS
SOCIAL	Direitos humanos	Estratégia e gestão Não-discriminação Liberdade de associação e de negociação coletiva Trabalho Infantil Trabalho forçado e compulsório Procedimentos disciplinares Procedimentos de segurança Direitos indígenas
	Sociedade	Comunidade Suborno e corrupção Contribuições políticas Competição e política de preços
	Responsabilidade sobre produtos e serviços	Saúde e segurança dos consumidores Produtos e serviços Propaganda Respeito à privacidade

Fonte: Adaptado de Ethos (2007).

O modelo GRI apresenta de forma integrada o desempenho da organização sob a perspectiva econômica, ambiental e social, buscando o equilíbrio entre as relações de modo a não comprometer o desenvolvimento e alcançar a sustentabilidade (GRI, 2012). As diretrizes traçam o conteúdo principal para a elaboração do relatório de sustentabilidade, sendo aplicáveis a qualquer tipo de empresa, independentemente de sua localização geográfica, setor ou porte.

2.2.4 Fontes de informação e a análise dos indicadores

O Balanço Social reúne o máximo de informações disponíveis pela empresa para apresentação de seus resultados, a gama de indicadores que comporta visa ser o mais transparente possível em suas divulgações, e para isso a empresa depende da cooperação de vários departamentos, inclusive da colaboração dos seus funcionários encarregados de coletar os dados (TINOCO, 2008). De acordo com Tinoco (2008, p. 38), os serviços operacionais:

[...] preparam as informações de gestão, que são transmitidas ao longo da hierarquia na empresa. Os serviços funcionais, pessoal, contabilidade e sistemas de informação, tem tripla vocação: a) emitem informações de base como os outros setores da organização; b) tratam as informações provenientes dos outros setores visando à tomada de decisão pela gerência; c) elaboram e difundem os documentos destinados ao exterior da empresa.

Por meio das demonstrações de caráter social é possível interpretar e avaliar as atitudes das entidades públicas e privadas em relação ao uso de recursos naturais disponíveis,

assim como possibilita averiguar a eficácia da gestão empresarial social através dos benefícios oferecidos aos empregados e comunidade em geral (KROETZ, 2000). Ainda de acordo com este autor, para o governo propicia uma ação fiscalizadora que poderá reverter em incentivos, e diminuição dos impostos cobrados, tendo em vista que as organizações responsáveis melhoram o desempenho da sociedade e, deste modo, o governo precisará investir menos em educação, meio ambiente, seguridade social, entre outros.

Considerando que o Balanço Social é uma demonstração socioambiental destinada aos *stakeholders* e apresentado como um viés de possibilidades para o desenvolvimento da entidade, porém com alguns limites de análise, apresenta-se o Quadro 5.

Quadro 5 – Matriz para análise da sensibilidade de alguns indicadores do Balanço Social

	Possibilidades	Limites
<i>Missão, valores e áreas de negócio</i>	Caracterizam a entidade, buscando mostrar a estrutura organizacional, suas áreas de negócios e sua intenção enquanto célula social participante do processo de evolução da sociedade.	Evitar revelar dados que venham a comprometer a continuidade organizacional, ou seja, informações consideradas como vantagens competitivas.
<i>Participação no Mercado</i>	Demonstra qual a efetiva contribuição da entidade para a formação do mercado nacional e internacional.	Sem limites.
<i>Indicadores Relativos a: Funcionários</i>	Objetivam demonstrar as políticas aplicadas ao quadro de pessoal.	Apresentar informações relevantes, em categorias padronizadas para fins de comparação. Divulgar somente informações verídicas e comprováveis.
<i>Acionistas</i>	Preconizam a relação existente entre entidade e acionistas, em nível de remuneração e participação.	Idem item anterior (Funcionários)
<i>Fornecedores</i>	Demonstram a união de forças e políticas para com os chamados “parceiros comerciais”.	Idem item anterior.
<i>Clientes</i>	Abordam a dinâmica existente entre entidades e clientes, buscando suprir suas necessidades e aproveitando suas sugestões.	Idem item anterior.
<i>Administradores</i>	Traduzem a relação entre os administradores e a entidade.	Idem item anterior.
<i>Governo</i>	Refletem os valores monetários destinados ao governo e o desenvolvimento de programas conjuntos.	Idem item anterior.
<i>Estudiosos</i>	Mostram os incentivos ao desenvolvimento de novos estudos.	Idem item anterior.
<i>Investimentos em: Cultura, Esporte, Lazer, Saúde, tecnologia, Meio Ambiente e outros.</i>	Revelam investimentos nas áreas apresentadas, tanto no ambiente interno quanto no ambiente externo.	Sem limites.

(Continua...)

(Continuação...)

	Possibilidades	Limites
<i>Demonstração do Valor Adicionado</i>	Demonstra a riqueza gerada pelo exercício da atividade e sua distribuição.	Utilizar metodologia-padrão, para o efeito de comparações.
<i>Participação nos resultados</i>	Mostra a participação efetiva dos grupos internos na distribuição do resultado.	Sem limites.
<i>Reconhecimento público</i>	Apresenta o reconhecimento do trabalho realizado.	Evitar publicação de reconhecimentos efetivamente não comprovados e respaldados.
<i>Doações</i>	Divulgam os valores doados aos diversos segmentos sociais.	Sem limites.
<i>Indicadores de ecoeficiência</i>	Resultam da execução/avaliação dos projetos ambientais idealizados ou financiados pela entidade.	Devem ser oriundos de estudos técnicos.
<i>Relação com os clientes</i>	Demonstra o nível de investimento na qualidade dos serviços, dos produtos e do atendimento aos clientes.	Sua origem deverá ser baseada em pesquisas científicas.
<i>Fundos de Previdência Privada</i>	Apresentam o montante de valores aplicados em fundos de previdência privada pela entidade.	Sem limites.
<i>Outras Ações Comunitárias</i>	Possibilitam a demonstração de ações isoladas, mas relevantes, pertinentes à entidade e sua realidade.	Evitar informações não relevantes.

Fonte: Kroetz (2000, p. 129-130).

A matriz sugere a análise isolada de alguns indicadores constantes no Balanço Social, procurando expressar suas possibilidades e seus limites, ou seja, de que modo e qual o propósito de divulgar informações sociais, e até onde elas poderão se alongar.

2.3 Estudos precedentes realizados sobre relatórios sociais/sustentabilidade

As questões relacionadas à responsabilidade social estão progressivamente auferindo espaço dentro e fora das organizações. Tornando fundamental a aplicação de ferramentas e o uso de demonstrativos para evidenciar as ações responsáveis da empresa em favor do desenvolvimento social. Consoante a isso, Luca et al. (2009, p. 10), afirmam que “[...] as empresas estão se convencendo da necessidade de registrar e analisar seu desempenho social da mesma maneira que registram seu desempenho econômico-financeiro”. A maneira mais eficiente das organizações evidenciarem suas ações sociais consiste na elaboração de um demonstrativo específico pra esse fim, como o Balanço Social.

Com o intuito de incentivar e solidificar a divulgação das informações sociais e também de viabilizar a comparação entre as organizações, foram realizados estudos sobre o tema (QUADRO 6).

Quadro 6 – Estudos precedentes

Autor e ano	Objetivos	Principais resultados
Arantes et al. (2015)	Analisar o progresso dos indicadores sociais e ambientais através do exame dos balanços sociais do grupo ELETROBRÁS entre os anos de 2006 a 2008.	Constatarem que a organização publica o Balanço Social pelo modelo IBASE. E os resultados comprovam a dedicação e comprometimento do grupo em relação às questões relativas à responsabilidade social.
Fonseca, Almeida e França (2015)	Verificar a anuência das informações ambientais e o cumprimento das normas da NBC T 15, das empresas do setor público listadas na BM&FBovespa, através da análise de seus balanços sociais nos exercícios de 2008 a 2010.	Verificaram que a maior parte das empresas analisadas divulgou informações de cunho social e ambiental através do relatório da administração. Quanto à aderência à NBC T 15, constatarem que o grau médio foi de 28% e que houve um decréscimo no nível de divulgação de informações ambientais em conformidade com a NBC T 15, no período estudo.
Gonçalves et al. (2016)	Analisar de que maneira apresentam-se os investimentos sustentáveis nas demonstrações contábeis das dezesseis companhias que receberam o <i>rating</i> pela Brazil Star Index.	Os resultados revelaram que 43,75% das companhias não apresentaram evidenciação. Contudo, a leitura das demonstrações contábeis divulgadas na BM&FBovespa revelaram que a maioria das empresas estudadas evidenciam sustentabilidade apenas em seu comentário de desempenho, ainda que em forma de Balanço Social esse não é divulgado junto com as demonstrações contábeis, sendo de difícil acesso para os <i>stakeholders</i> . As companhias evidenciaram suas políticas sustentáveis nas demonstrações financeiras padronizadas por meio de palavras em vez de números, ficando omissos o valor do investimento e seu retorno financeiro.
Maçambanni et al. (2013)	Examinar o nível de evidenciação socioambiental de empresas distribuidoras de energia elétrica, a partir dos indicadores de responsabilidade social e ambiental proposto pelo modelo IBASE. Estudo realizado com base nos dados apresentados nos anos de 2009 e 2010.	Constatarem que a Companhia de Eletricidade do Estado da Bahia (COELBA) apresentou todos os itens analisados na pesquisa, atingindo a pontuação máxima (82 pontos). Dentre as empresas da região Sul, a Companhia Paranaense de Energia (COPEL), apresentou 99% das informações utilizadas no estudo. A média dos níveis de evidenciação das empresas por região, nos anos de 2009 e 2010, manteve-se praticamente constante. De modo geral, as empresas estabelecidas na região Nordeste publicaram mais informações socioambientais em relação às empresas da região Sul.
Melo et al. (2016)	Averiguar a assiduidade da evidenciação dos itens ambientais das empresas do segmento de Siderurgia, registradas na BM&FBovespa no período de 2008 a 2012,	Observaram que existe uma tendência das organizações em evidenciar os investimentos em prol do meio ambiente por meio do ativo ambiental no Relatório de Sustentabilidade. O passivo ambiental e aos custos de despesas ambientais apresentados pelas empresas são fundamentadas pela operacionalização das siderúrgicas, entretanto, precisam ter um controle mais eficiente.

(Continua...)

(Continuação...)

Autor e ano	Objetivos	Principais resultados
Pereira et al. (2015).	Verificar se os relatórios sociais são considerados ferramentas essenciais para o desempenho social econômico e ambiental das organizações perante a sociedade.	Perceberam que os relatórios sociais são a principal ferramenta de comunicação no meio econômico e ambiental das organizações corporativas. Observaram que os relatórios baseados no modelo proposto pela GRI são atualmente os mais completos e mundialmente difundidos. Suas técnicas de estruturação proporcionam um compromisso com os <i>stakeholders</i> , e um discernimento dos principais impactos, reflexão a definição dos indicadores.
Santore, Sehnem e Braun (2014).	Analisar a presença de diferenças relevantes no grau de responsabilidade social, entre empresas listadas na ISE e empresas sem o selo, por meio dos Indicadores de Responsabilidade Social Corporativa da ONU, com empresas do Setor de Energia Elétrica listadas na BM&FBovespa, entre 2009 a 2011.	Observaram que a média de apresentação das organizações com o selo ISE são superiores que as médias de evidenciação das organizações não pertencentes a ISE. Constatando que empresas integrantes do ISE apresentam maior comprometimento com a transparência de informações prestadas aos <i>stakeholders</i> .
Silva et al. (2015)	Averiguar se os investimentos em ações de responsabilidade social, como educação, saúde, cultura, alimentação, combate à fome e segurança alimentar, variam de acordo com setor econômico das empresas que os realizam. Estudo com base nos anos de 2004 a 2014.	Verificaram que as organizações do setor siderúrgico realizaram investimentos entorno de 10 milhões de reais, preferencialmente em atividades relacionadas à educação, saúde e saneamento. Os setores bancário e petrolífero beneficiaram ações culturais e educacionais com recursos acima de 100 milhões de reais. Já as empresas do setor energético foram as únicas que realizaram investimentos em todas as faixas. De maneira geral, os resultados observaram que há uma relação entre o perfil de investimentos em ações de responsabilidade social e o setor econômico.
Silva, Coelho e Cavalcante (2016)	Verificar, através dos relatórios de sustentabilidade das empresas do setor elétrico que integram o ISE, como ocorre o isomorfismo. Estudo com base nas informações sociais entre os anos de 2011 a 2014.	Perceberam a presença de isomorfismo coercitivo e normativo nos relatórios das dez empresas analisadas, resultante de pressões formais e informais e da inevitabilidade de vinculação profissional compreendida por essas organizações.
Taiarol, Raimundini e Behr (2011)	Investigar e comparar a evolução do investimento social interno, valor adicionado gerado e receita operacional e líquida. Também analisar se os investimentos sociais internos contribuíram para o crescimento da receita e do valor adicionado das organizações bancárias brasileiras, no período de 2000 a 2009.	Perceberam que existe grande correlação e alta regressão do investimento social interno com a geração e a distribuição de riqueza, bem como, da receita operacional e líquida. Observaram que o aumento do investimento social interno proporciona aumento no valor adicionado gerado, logo no valor adicionado distribuído aos funcionários. A principal conclusão foi que os gastos com pessoal é um dos elementos essenciais para aumentar as receitas e gerar maior riqueza para as organizações bancárias.

Fonte: Elaborado pela autora.

Através da verificação dos estudos, pode-se perceber que a apresentação de informações socioambientais juntos com os demais demonstrativos contábeis é crescente no

cotidiano das organizações, e que estas são relevantes perante os *stakeholders*, pois possibilitam uma análise mais ampla do negócio.

Após a apresentação do referencial teórico, apresenta-se a definição dos procedimentos metodológicos utilizados neste estudo.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A metodologia científica é a estrutura das diferentes ciências, que se fundamenta na análise sistemática dos fenômenos e na organização dos conceitos e processos realizados à obtenção do conhecimento (SEVERINO, 2002). A pesquisa é um procedimento racional e sistemático, cuja finalidade é propiciar respostas aos problemas propostos (GIL, 2010). E os procedimentos metodológicos apresentam-se para auxiliar nessa descoberta, por conseguinte a metodologia dá origem ao método, e o método possibilita a pesquisa (SEVERINO, 2002).

Lakatos e Marconi (2003, p. 83), definem método como:

[...] conjunto das atividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o objetivo – conhecimentos válidos e verdadeiros, traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do pesquisador.

De acordo com Beuren (2003, p. 76) no rol dos procedimentos metodológicos estão os delineamentos que “[...] possuem um importante papel na pesquisa científica, no sentido de articular planos e estruturas a fim de obter respostas para os problemas de estudo”.

No presente capítulo aborda-se o tipo de pesquisa, a população, amostra utilizada, o plano de coleta de dados, e qual será o tratamento e análise dos dados coletados, assim como as limitações do método deste estudo.

3.1 Tipo de pesquisa

Os tipos de pesquisa classificam-se quanto à abordagem do problema, quanto aos objetivos ou fins e quanto aos procedimentos técnicos.

3.1.1 Caracterização quanto ao meio de abordagem do problema

Quanto à natureza da abordagem, este estudo é uma combinação de qualitativo e quantitativo, ou seja, uma pesquisa mista ou qualiquantitativa. O método de pesquisa misto utiliza os pontos fortes de cada um dos métodos (CRESWELL, 2010). A pesquisa mista envolve um processo de coleta, análise e vínculo de dados tanto qualitativos quanto quantitativos (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006).

A pesquisa qualitativa utiliza coleta de dados sem medição numérica, como as descrições e as observações, para descobrir ou aperfeiçoar questões de pesquisa e pode ou não provar hipóteses em seu processo de interpretação (CRESWELL, 2010). Já a pesquisa quantitativa caracteriza-se pelo uso de instrumentos estatísticos tanto na coleta quanto no tratamento dos dados, conforme Richardson (1999, p. 70) o “[...] método quantitativo representa, em princípio, a intenção de garantir a precisão dos resultados, evitar distorções de análise e interpretação, possibilitando, conseqüentemente, uma margem de segurança quanto às inferências”.

Desta forma, este estudo classifica-se em um estudo qualiquantitativo, ou seja, utiliza a soma dos dois métodos para melhor apuração dos dados e análise dos resultados. Qualitativo em função da análise das expressões e seus vínculos constantes nos demonstrativos base para o estudo, e, quantitativo pela apuração de dados para analisar uma base de dados por meio de testes estatísticos.

3.1.2 Caracterização quanto ao procedimento técnico

A pesquisa documental é baseada em materiais diversos, não necessariamente analisados ou que ainda possam ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa (ROESCH, 2012). Este modelo de pesquisa é utilizado nos estudos das ciências sociais, pois

sua análise permite o entendimento de situações organizacionais, além de apresentar sistemas e estrutura da entidade (GIL, 2010).

Este estudo caracteriza-se como documental por sua base de pesquisa ser documentos disponibilizados pelas corporações analisadas como, principalmente, o Balanço Social, ou o relatório de sustentabilidade, ou ainda, outro demonstrativo divulgado que relate a responsabilidade social da corporação, e estudos precedentes.

3.1.3 Caracterização quanto ao objetivo

Quanto aos objetivos, esse estudo possui duas etapas: uma descritiva e outra causal. O objetivo primordial de uma pesquisa descritiva é relatar as características de determinada população, ou seja, busca comparar e identificar fenômenos (BEUREN et al., 2008). A análise descritiva utiliza-se de técnicas estatísticas como o cálculo de percentuais, portanto, conforme Beuren et al. (2003, p. 139) a análise descritiva pode ser empregada nos trabalhos que “[...] procuram descobrir e investigar a relação entre variáveis, bem como investigar a relação de causalidade entre fenômenos [...]”. Além disso, uma das características mais significativas da pesquisa descritiva está na utilização de técnicas de coleta de dados padronizadas (GIL, 2012).

A pesquisa causal baseia-se, muitas vezes, em experimentos, envolvendo hipóteses especulativas, definindo relações causais (OLIVEIRA, 2011). O estudo causal busca identificar fatores que possam aprofundar o conhecimento da realidade, envolvendo investigação e buscando criar teorias aceitáveis a respeito de um fato ou fenômeno, ou seja, procura determinar relações de causa e efeito.

A coleta e análise dos dados deste estudo são descritivas, visto que os dados analisados serão os demonstrativos sociais publicados pelas corporações selecionadas. É também causal, pois busca verificar a relação causa e efeito por meio de testes estatísticos.

3.2 População e amostra da pesquisa

A população pode ser entendida como um conjunto de informações relevantes para a compreensão do problema de pesquisa (VERGARA, 2010). Já a amostra é a pequena parte dessa população escolhida a partir de um critério previamente determinado, e deve preencher duas exigências, representatividade e proporção (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006).

Neste estudo a população centra-se nas corporações brasileiras S.A listadas pelo *ranking* Forbes Global 2000, da Revista Forbes, no ano de 2016. Este *ranking* é reconhecido internacionalmente por apontar as maiores corporações globais, levando em consideração o lucro líquido, as vendas, os ativos e o valor de mercado de grandes corporações de capital aberto no mundo (FORBES GLOBAL 2000, 2016). Dentre as 2.000 corporações listadas pela Forbes Global 2000 no ano de 2016 19 são brasileiras.

A amostra compreende 18 corporações S.A, todas brasileiras listadas pelo *ranking* Forbes Global 2000 (2016) com negociações na BM&FBovespa. As corporações foram distribuídas em dois grupos, um com nove corporações S.A que possuem selo ISE, e outro com nove corporações S.A que não possuem a certificação (QUADRO 7).

Quadro 7 – Corporações listadas pelo *ranking* Forbes Global 2000 com negociações na BM&FBovespa

<i>Ranking</i> Forbes Global 2000 (sem selo ISE)	<i>Ranking</i> Forbes Global 2000 com selo ISE
1 - Petróleo Brasileiro S.A. - Petrobras	1 - Itaú Unibanco
2 - JBS S.A	2 - Banco Bradesco S.A
3 - Vale S.A	3 - Banco do Brasil S.A
4 - Ultrapar Participações S.A	4 - Itaú S.A
5 - Gerdau S.A	5 - BRF S.A
6 - Oi S.A	6 - Braskem S.A
7 - B3 S.A	7 - Cielo S.A
8 - Companhia Siderúrgica Nacional	8 - Centrais Elétricas Brasileiras S.A - Eletrobrás
9 - Rede Energia Participações S.A	9 - Cemig Distribuição S.A

Fonte: Elaborado pela autora com base no *Ranking* Forbes Global 2000 (2016).

A seleção das corporações ocorreu pela divulgação do *ranking* Forbes Global 2000 que apresenta as maiores corporações globais do ano de 2016. A partir desta divulgação foram selecionadas as corporações brasileiras listadas pelo *ranking*, e então verificou-se que 18 corporações, das 19 brasileiras listadas, possuem negociação na BM&FBovespa. A partir disso fez-se uma pesquisa para saber quais delas participavam da carteira ISE em 2016, e então criou-se dois grupos de análise.

3.3 Coleta de dados

A coleta de dados deve demonstrar a forma como os dados foram obtidos e como deverão estar relacionados ao problema, em suma, é a descrição das técnicas utilizadas para coletar os dados (VERGARA, 2010). De acordo com Lakatos e Marconi (2010, p. 149) a coleta de dados é “[...] a etapa da pesquisa em que se inicia a aplicação dos instrumentos elaborados e das técnicas selecionadas, a fim de se efetuar a coleta dos dados previstos”.

A coleta de dados é o procedimento de busca de documentos, evidências e informações sobre determinado assunto ou conjunto de conteúdo, e busca agrupar os dados de modo a facilitar uma posterior análise (GIL, 2012).

A coleta de dados pode ser de várias maneiras, através de questionários impressos ou *online*, de dados impressos como jornais, revistas, livros, ou ainda por meio de documentos eletrônicos disponíveis para consulta a qualquer momento, entre outros. Conforme Gil (2012), as fontes escritas geralmente são abundantes e auxiliam o pesquisador a economizar tempo na busca de material de campo, considerando ainda que em algumas situações só é possível à investigação social através de documentos.

A coleta de dados deste estudo realizou-se por meio de documentos disponibilizados pelas corporações em análise em seus próprios sítios, nos quais foi feita uma busca por seus relatórios sociais/sustentabilidade ou relatórios anuais.

As informações foram coletas no segundo semestre do ano de 2018. A determinação do período de análise, de 2010 á 2016, foi baseado em estudo anteriores (QUADRO 6), onde observou-se o que o intervalo médio dos estudo é de quadro anos e que estes proporcionaram resultados suficientes em relação aos problemas de pesquisa.

3.4 Tratamento e análise dos dados coletados

A análise é a tentativa de verificar as relações existentes entre o fenômeno estudado e outros fatores, apontando detalhes sobre os dados da pesquisa com a finalidade de obter respostas as suas dúvidas (LAKATOS; MARCONI, 2010).

A análise dos conteúdos deu-se por meio do *software* MAXQDA. Pode-se definir análise de conteúdo como um conjunto de procedimentos de análise das comunicações, que aplica técnicas sistemáticas e objetivas de caracterização do conteúdo das mensagens (SILVA; FOSSA, 2015). A análise de conteúdo, de acordo com Bardin (p. 52, 2011) “[...] é a manipulação de mensagens para evidenciar os indicadores que permitam inferir sobre outra realidade que não a da mensagem”.

A análise com enfoque no conteúdo escrito pode ter cunho quantitativo, qualitativo ou ser uma mistura de ambos, de acordo com Cunha, Yokomizo e Bonacim (2013, p. 435) é “[...] qualitativo quando seu foco está nas peculiaridades ou, ainda, nas relações dos elementos contidos do documento. É quantitativo quando privilegia as frequências de determinados termos ou palavras-chave”.

O método utilizado para a análise quantitativa deu-se pelo estudo das correlações, utilizando o teste de *Spearman*. Este método consiste em apurar a simultaneidade em que os fatores se alteram, ou seja, mede cada variável presumidamente relacionada e depois analisa e mede a correlação (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2006). Estes autores ainda destacam que o objetivo desse método é saber como se comporta um conceito ou uma variável conhecendo o desempenho de outras variáveis associadas.

3.4.1 Correlação de *Spearman*

O coeficiente de correlação de *Spearman* (r), conforme Field (2009, p. 144) é “[...] uma estatística não paramétrica e, assim, pode ser usada quando os dados violarem suposições paramétricas, tais como dados não normais [...]”. A correlação de *Spearman* é adequada para dados não paramétricos que correspondem a padrões nominais e escalares (BISQUERRA; SARRIERA; MARTINEZ, 2004).

O coeficiente de correlação ordinal ou por postos de *Spearman*, de acordo com Oliveira (2007, p. 112) considera:

[...] não os valores das variáveis envolvidas, mas os dados dispostos em ordem de tamanho, importância ou outro critério semelhante. Assim, os valores das variáveis cedem lugar aos números 1, 2, 3, ..., n, os quais indicam a ordem, posição ou postos ocupados por cada um desses valores em relação aos demais.

Partindo de tais pressupostos, *Spearman* desenvolveu a seguinte fórmula para o cálculo da correlação ordinal ou por postos:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{j=1}^n D_i^2}{n \times (n^2 - 1)}$$

Onde D_i indica as diferenças entre as ordens, posições ou postos ocupados por cada um dos valores assumidos pelas variáveis. O coeficiente de *Spearman*, assim com o coeficiente de *Pearson*, pode assumir valores compreendidos no intervalo de -1 a +1 (OLIVEIRA, 2007).

Quando $r_s = +1$, existe concordância completa entre as classificações, ou variáveis, ou seja, correlação positiva. Quando $= -1$, existe completa discordância entre as classificações ou variáveis, isto é, correlação negativa. E, quando $r_s = 0$, não existe nenhuma associação entre as classificações, ou seja, correlação nula (OLIVEIRA, 2007).

Sendo assim, o coeficiente resultante da correlação de *Spearman*, pode ser avaliado como: uma correlação baixa entre 0,20 a 0,39; moderada, entre 0,40 a 0,59; e forte, acima de 0,59. Também afirma-se que quando o coeficiente compreende entre -1 e 0, à análise da intensidade também é válida, porém aponta uma correlação negativa (FEILD, 2009).

Para complementar a análise dos dados, foi utilizado o coeficiente de determinação, que é o coeficiente de correlação ao quadrado (BISQUERRA; SARRIERA; MARTINEZ, 2004).

$$\text{Coeficiente de determinação} = r^2$$

O coeficiente de determinação é interpretado como a proporção da variabilidade de Y que poderia ser explicada pela variabilidade de X, ou seja, a proporção de variação concomitante. Este coeficiente apresenta variação entre 0 a 1, isto é, se $r^2 = 1$, tem-se correlação perfeita. Quanto maior for o valor de r^2 mais acertado é o ajuste da linha de tendência em relação à linha obtida pelos dados históricos (BISQUERRA; SARRIERA; MARTINEZ, 2004). Quando o coeficiente de determinação é multiplicado por 100 possibilita uma interpretação em dados percentuais da variabilidade conjunta entre as duas variáveis.

Os gráficos utilizados para a análise dos dados coletados foram elaborados a partir dos dados coletados nos relatórios sociais/sustentabilidade por meio do *software* MAXQDA e

posteriormente tabulados e organizados através do *software Microsoft Office Excel 2010*, criando agrupamentos numéricos que possibilitassem o uso destas informações no *software SPSS*.

3.5 Limitações do método

A pesquisa em ciências sociais dispõe de algumas limitações, não apenas em relação à objetividade, mas também a generalidade, visto que conduzem ao estabelecimento de tendências (GIL, 2012). Um estudo com base em documentos, conforme Cunha, Yokomizo e Bonacim (2013, p. 431), exige maior rigor e atividades prévias por parte do pesquisador:

[...] essas atividades envolvem reflexões e compreensão do pesquisador sobre: (1) o contexto social; (2) o indivíduo escritor do documento; (3) a elaboração do documento por parte do escritor; (4) a leitura do texto do documento; (5) o leitor; (6) documento *per se*. A partir dessa sistemática, o pesquisador pode se deparar com os seguintes problemas: (a) contexto social ao qual o documento foi elaborado; (b) conhecimento prévio que o pesquisador pode deter para abstrair maiores informações do documento; (c) conteúdo preestabelecido, que limita a percepção do pesquisador quanto ao conteúdo do documento; (d) retórica contida no documento, que pode enviesar a interpretação da realidade da organização; (e) documento como fonte única de dados, que estabelece que o documento pode ser complementado por outros métodos de coleta de dados.

Contudo, a principal limitação deste estudo consiste na incerteza de que todas as informações contidas nos documentos analisados são verídicas e confiáveis. Uma porque o demonstrativo não tem caráter obrigatório e consequentemente padronização, outra porque a organização pode estar usufruindo do demonstrativo com viés para *marketing*.

Outro fator limitante é que os resultados não podem ser generalizados, uma vez que a amostra é pequena em relação a gama de corporações brasileiras existentes. Desta forma, os resultados encontrados podem ser aproveitados exclusivamente pelas corporações analisadas.

Apresentados os procedimentos metodológicos, na sequência apresenta-se a caracterização da unidade de análise desse estudo.

4 CARACTERIZAÇÃO DA UNIDADE DE ANÁLISE

Neste capítulo apresenta-se, uma breve explanação sobre o ISE e a descrição das características das corporações que são objeto deste estudo.

4.1 Origem e evolução do ISE

A BM&FBovespa, em 2003, deu início aos estudos para a criação do ISE, sendo o primeiro projeto da América Latina com o intuito de ser uma ferramenta para análise comparativa das corporações listadas na Bolsa, para isso o índice deveria abranger atividades relacionadas à sustentabilidade corporativa, baseada em eficiência econômica, equilíbrio ambiental, justiça social e governança corporativa. Para auxiliar nesse projeto a BM&FBovespa teve participação da Fundação Getúlio Vargas Centro de Estudos em Sustentabilidade (GVces), visando a criação de um índice de sustentabilidade corporativa (ISEBVMF, 2017).

O processo de formação do índice contou com o apoio de *stakeholders* brasileiros, juntamente com uma pesquisa profunda sobre referências práticas e teóricas de sustentabilidade empresarial que poderiam integrar o índice (ISEBVMF, 2017). Neste processo foram observados mais de 800 indicadores, então a partir de um estudo metódico a elaboração do questionário de seleção foi criando forma, e resultou em sete dimensões, cada uma delas com coordenação própria, mas consideradas de forma integrada: Ambiental, Social,

Econômico-Financeira, Governança Corporativa, Geral, Natureza do Produto e Mudanças Climáticas (ISEBVMF, 2017).

O ISE apresentou sua primeira carteira de ações em 2005, inicialmente financiado pela *International Finance Corporation* (IFC), braço financeiro do Banco Mundial, e sua sistematização foi de responsabilidade da GVces. Este índice visa construir um ambiente de investimentos de acordo com as demandas de desenvolvimento sustentável da sociedade contemporânea e fomentar a responsabilidade ética das corporações (ISEBVMF, 2017).

Após uma década de sua criação, o ISE deixou de ser apenas uma iniciativa sustentável para se tornar uma realidade concreta e promissora. Os resultados trazidos para as corporações pertencentes a sua carteira, reforçam a perspectiva de que investimentos em negócios que consideram as questões socioambientais e possuem melhor governança, apresentam melhor rentabilidade no longo prazo e menor risco para o investidor.

4.1.1 Como integrar o ISE

As corporações emitentes dos 200 papéis mais líquidos da BM&FBovespa são convidadas a participar anualmente de uma seleção para integrar o grupo ISE. Esse processo avalia o conjunto de práticas adotadas pelas corporações em relação à sustentabilidade. A ISEBVMF (2016, p. 5) salienta que a avaliação das corporações que se inscrevem no processo seletivo é realizada “[...] em dois âmbitos: quantitativo (desempenho frente às perguntas do questionário) e qualitativo (verificação amostral dos documentos comprobatórios das respostas dadas)”.

A partir da seleção das corporações, para poder pertencer ao grupo ISE, é solicitado aos gestores dessas corporações que preencham um questionário desenvolvido pela equipe da GVces. De acordo com ISEBVMF (2011, p. 1) o questionário é composto por diferentes dimensões que avaliam vários aspectos da sustentabilidade:

Dimensão Geral: compromissos com o desenvolvimento sustentável, alinhamento às boas práticas de sustentabilidade, transparência das informações corporativas e práticas de combate à corrupção.

Dimensão Natureza do Produto: impactos pessoais e difusos dos produtos e serviços oferecidos pelas empresas, adoção do princípio da precaução e disponibilização de informações ao consumidor.

Dimensão Governança Corporativa: relacionamento entre sócios, estrutura e gestão do Conselho de Administração, processos de auditoria e fiscalização, práticas relacionadas à conduta e conflito de interesses.

Dimensões Econômico-Financeira, Ambiental e Social: políticas corporativas, gestão, desempenho e cumprimento legal.

Dimensão Mudança do Clima: política corporativa, gestão, desempenho e nível de abertura das informações sobre o tema.

Na metodologia, na definição da importância de cada dimensão é adotada aquela com pesos iguais a cada uma das dimensões, e estas são subdivididas em critérios que contemplem os temas abordados. Já os pesos dos critérios são definidos pela relevância do tema no contexto presente da gestão empresarial e das necessidades da sociedade. São privilegiadas as práticas de gestão e o desempenho (ISEBVM, 2017).

No processo seletivo é realizada uma análise comparativa entre as respostas fornecidas pelas corporações e os documentos apresentados por elas, com o fim de verificar se as informações são concisas e verdadeiras. Para que isso seja possível, o ISE possui vários aliados para auxiliá-lo na avaliação e averiguação tanto das corporações como dos dados recebidos, entre eles a *Klynveld Peat Marwick Gesellschaft* (KPMG) (na asseguaração de processo) e a Imagem Corporativa (no monitoramento de imprensa). Conta ainda com o apoio do Conselho Deliberativo, composto por mais de dez entidades relacionadas a práticas sustentáveis, e presidido pela BM&FBovespa. Em média 40 corporações compõem as carteiras anuais (ISEBVM, 2017).

4.1.3 Objetivos do ISE

O ISE almeja atuar como medida de boas práticas no âmbito empresarial brasileiro e ser referência para o investimento orientado ao desenvolvimento sustentável. O ISE é considerado o quarto índice desse tipo no mundo. Tem o intuito de sinalizar para os investidores as corporações mais alinhadas com a sustentabilidade e, assim, motivar as demais a aprimorar suas práticas, para poderem integrar a carteira do ISE (ISEBVM, 2017).

Diante de sua credibilidade e crescimento no mercado, o ISE traça objetivos estratégicos para o futuro, entre os quais pode-se citar: a) Ampliar a relevância do índice perante os investidores: buscando evidenciar as relações de sustentabilidade empresarial e desempenho econômico-financeiro, identificar e motivar o uso do índice por formadores de opinião respeitados no mercado financeiro, e aumentar a aplicabilidade do índice nos

processos decisórios destinados aos *stakeholders*; b) Fortalecer o papel do ISE para uma cultura de sustentabilidade nas corporações: visando ressaltar o ISE como fonte de competitividade na busca de capitais e incentivar e facilitar o uso do ISE como ferramenta de transparência; e c) Expandir o reconhecimento do ISE pela sociedade: dar visibilidade à contribuição do ISE aos mais diversos públicos por meio de ações de comunicação e engajamento social (ISEBVM, 2017).

4.2 Corporações objeto de estudo

As corporações selecionadas como objeto deste estudo foram reconhecidas, pela pesquisa da Forbes Global 2000, como as maiores S.A de capital aberto do país. E estas foram classificadas em dois grupos, um com as corporações que possuem o selo ISE, de acordo com a carteira de 2016, e o outro com as demais corporações que não integram o grupo.

No Quadro 8 apresenta-se as corporações analisadas que possuem o selo ISE com sua respectiva atividade/missão e campo de atuação.

Quadro 8 – *Ranking* Forbes Global 2000 (com selo ISE)

Corporação	Atividade/Missão	Campo de Atuação
Itaú Unibanco S.A	O Itaú é o maior banco privado do Brasil - e uma das maiores corporações do mundo, segundo <i>ranking</i> da <i>Forbs</i> , levando em conta atributos como negócios gerados, ativos e valor de mercado. Seu objetivo está na visão de que, como banco, devem contribuir para que as pessoas e as empresas tenham uma relação saudável com o dinheiro e façam boas escolhas financeiras. Consideram que uma instituição financeira pode ajudar a realizar sonhos e a investir em grandes ideias. Ser um banco que incentiva as pessoas a crescer e empresas a progredir e ter responsabilidade com o desenvolvimento do país, esse é o propósito que guia o Itaú Unibanco.	Possui mais de 5 mil agências espalhadas em 21 países.
Banco do Brasil S.A	O Banco do Brasil atua na Administração e Gestão de Recursos de Terceiros, visando ser uma corporação rentável e líder nas suas atividades, procurando sempre atender às expectativas dos clientes e dos acionistas e contribuir para o desenvolvimento sustentável do Brasil.	Possui mais de 5.450 agências espalhadas por 23 países.
BRF S.A	A BRF é uma das maiores companhias de alimentos do planeta, criada a partir da associação entre Sadia e Perdigão, em 2009. São líderes globais na exportação de proteína animal e produzem alimentos que chegam a mais de 150 países nos cinco continentes.	Possui em torno de 53 unidades produtivas espalhadas por todo o mundo.

(Continua...)

(Continuação...)

Braskem S.A	A Braskem é a maior produtora de resinas termoplásticas das Américas, e a maior produtora de polipropileno dos Estados Unidos. A Braskem utiliza a tecnologia e a inovação para alcançar o desenvolvimento sustentável. O seu propósito é melhorar a vida das pessoas criando as soluções sustentáveis da química e do plástico, visando ser a líder mundial da química sustentável.	Possui mais de 40 pontos de atendimento ao cliente, espalhados por todo o mundo.
Cielo S.A	A Cielo é uma empresa brasileira que atua como adquirente multibandeira, responsável pela captura, transmissão e liquidação financeira de transações com cartões de crédito e débito. É a corporação líder do setor na América Latina. Sua missão é encantar os clientes com as melhores soluções de uma corporação líder, rentável e sustentável, com colaboradores apaixonados.	Possui mais de 1,4 milhão de pontos de venda espalhados por 5.500 municípios de todas as regiões do país.

Fonte: Elaborado pela autora com base nos relatórios anuais divulgados pelas corporações.

O Bradesco, Eletrobrás e Cemig não foram analisadas neste estudo em função das seguintes questões: a) Bradesco: a divulgação do relatório social com base no modelo Ibase (IBASE, 2016), e este não engloba as informações de modo que possam ser analisadas por este tipo de pesquisa; b) Eletrobrás: não foi possível importar os demonstrativos sociais para o *software* MAXQDA e então fazer o levantamento de dados; e c) Cemig: não foi possível coletar os dados necessários referente aos anos de 2014 a 2016, tornando o período de análise pequeno em relação aos demais.

O Itaú apresenta seus demonstrativos sociais de forma consolidada, desde modo não foi possível separar as corporações Itaú Unibanco e Itaú S.A. Então mesmo sendo consideradas corporações distintas pelo *Ranking* Forbes Global 2000, neste estudo os dados foram considerados de forma conjunta, tal qual os relatórios disponibilizados pela corporação. Em relação à corporação Cielo, foram considerados os demonstrativos sociais do período de 2012 a 2016, visto que não foi possível localizar por meio *online* os demonstrativos sociais anuais de 2010 e 2011.

No Quadro 9 apresenta-se as corporações analisadas que não integram o grupo ISE com sua respectiva atividade/missão e campo de atuação.

Quadro 9 – *Ranking* Forbes Global 2000 (sem selo ISE)

Corporação	Atividade/Missão	Campo de Atuação
Petróleo Brasileiro S.A. - Petrobras	A Petrobrás S.A é reconhecidas mundialmente pela tecnologia de exploração de petróleo em águas ultraprofundas. Atua na área petroquímica, na geração de energia elétrica, na exploração, produção e refino de petróleo e gás e produção de biocombustível. A Petrobrás visa assegurar o transporte de gás natural com segurança, confiabilidade e rentabilidade.	Possui unidades em 19 países – na América do SUL, América do Norte, África, Europa e Ásia.

(Continua...)

(Continuação...)

JBS S.A	A JBS S.A atua na produção de alimentos, processamento de bovinos, ovinos e suínos, na produção de carne, couro processado, biodiesel, colágeno, higiene e limpeza. Visa ser melhor naquilo que se propôs a fazer, com foco absoluto nas atividades, garantindo os melhores produtos e serviços aos clientes, solidez aos fornecedores, rentabilidade aos acionistas e a oportunidade de um futuro melhor aos colaboradores.	Possui mais de 300 unidades (entre unidades de processamento, de couro, de genética, de valor agregado, centros de distribuição e confinamentos) em diferentes países do mundo.
Vale S.A	A Vale S.A é uma das maiores mineradoras do mundo, sendo a primeira em na produção mundial de minério de ferro, pelotas e níquel. Visa ser a corporação de recursos naturais global número um em criação de valor de longo prazo, com excelência, paixão pelas pessoas e pelo planeta.	Possui sede no Brasil e está presente em cerca de 30 países ao redor do mundo.
Ultrapar Participações S.A	A Ultrapar Participações S.A atua no mercado em cinco negócios. Através da Ipiranga distribui e comercializa combustíveis e lubrificantes, pela Oxiten comercializa produtos com especialidades químicas, através da Ultragas é a maior distribuidora de Gás Liquefeito de Petróleo, pela Ultracargo atua com armazenagem de grãos líquidos e através da Extrafarma está presente no varejo farmacêutico. A Ultra atua em negócios que se demonstram resilientes e que são capazes de crescer a um múltiplo da taxa de crescimento do PIB em cenários econômicos mais favoráveis.	Por meio de seus cinco negócios, a Ultrapar está presente em quase todos os estados do Brasil e no Distrito Federal, em um total de 85% de todos os municípios brasileiros, além de oito países
Gerdau S.A	A Gerdau S.A é líder no segmento de aços longos nas Américas e uma das principais fornecedoras de aços longos especiais e a maior fornecedora para a indústria automobilística no mundo. No Brasil, também produzem aços planos e minério de ferro, atividades que estão ampliando o mix de produtos oferecidos ao mercado e a competitividade das operações. Visa ser global e referência no negócio que atua.	Possui operações industriais em mais de 14 países -na América Latina, América do Norte e Ásia.
Oi S.A	A Oi S.A oferece serviços de telefonia fixa, serviços de comunicações de dados, que permitem o acesso em banda larga às redes de computadores. Em telefonia celular, a cobertura da Oi já atinge 86,80% da área de atuação. Visa ser reconhecida, pelos clientes e pela sociedade, como a melhor e mais completa prestadora dos serviços de telecomunicações, informações e entretenimento, com soluções inovadoras, competitivas, globais e com qualidade.	Com mais de 10,5 milhões de linhas instaladas a Oi S.A atende mais de 810 localidades entre a região Centro-Oeste, Sul, Acre, Rondônia e Tocantins.
B3 S.A - BM&FBovespa	A B3 S.A desenvolve atividades de negociação e pós-negociação de ações, derivativos e outros valores imobiliários. A companhia presta todos os serviços necessários para os participantes do mercado (investidores, corretoras) desde e transações de compra e venda, passando por compensação e controle de risco, liquidação, até custódia completa dos títulos. A B3 visa o compromisso com regras rígidas de governança corporativa, preza por transparência, equidade, prestação de contas e responsabilidade corporativa.	Além da sede localizada em São Paulo, a B3 mantém outras unidades em Alphaville e no Rio de Janeiro. Também possui escritórios de representação em Nova York, Londres e em Xangai.

Fonte: Elaborado pela autora com base nos relatórios anuais divulgados pelas corporações.

A Companhia Siderúrgica Nacional S.A e a Rede Energia Participações S.A não foram consideradas neste estudo, pois não foram localizados os relatórios sociais anuais dessas corporações em meios *online*.

5 RESULTADOS E ANÁLISES

Neste capítulo apresenta-se os conceitos sobre as categorias econômica, ambiental e social. Além disso, relata-se as análises sobre os dados coletados e os resultados encontrados neste estudo.

5.1 Categoria Econômica

A categoria econômica da sustentabilidade compreende os impactos da corporação sobre as situações econômicas de seus *stakeholders* e sobre os sistemas econômicos em nível local, nacional e global. A categoria econômica abrange o fluxo de recursos entre os diversos *stakeholders* e os principais efeitos econômicos das corporações sobre a sociedade como um todo (GRI-4, 2015).

Nas subseções seguintes, apresentam-se os resultados encontrados relativos aos indicadores econômicos da sustentabilidade, divididos em: a) Práticas de Compra; b) Presença de Mercado; c) Lucros; e d) Prejuízos.

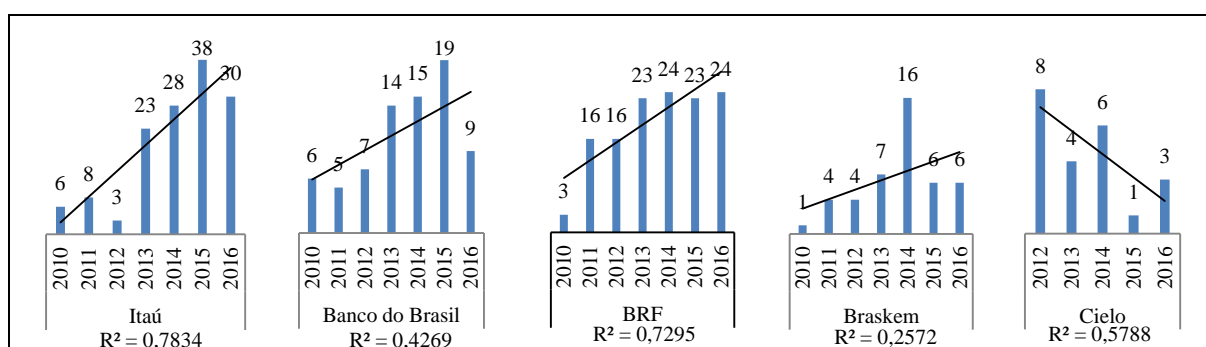
5.1.1 Práticas de Compra

As práticas de compra são orçamentos de compras, gastos de unidades operacionais com produtos e serviços adquiridos de terceiros, ou seja, ações adotadas pela corporação nos processos de aquisição de materiais e serviços (GRI-4, 2015). De acordo com o Ministério do

Meio Ambiente do Brasil (2017), práticas de compras sustentáveis visam promover o desenvolvimento sustentável, através de procedimentos formais, que introduzem critérios sociais, ambientais e econômicos nas aquisições de bens e serviços.

As corporações pertencentes ao grupo ISE apresentam aumento a cada ano na quantidade de vezes que a expressão “práticas de compra” foi mencionada nos relatórios, exceto a Cielo S.A (GRÁFICO 1). Este fato demonstra que as corporações estão preocupadas com as práticas de compras que estão sendo utilizadas e uma justificativa pode estar relacionada a transparência da informação, ou seja, por se tratarem de corporações com o selo ISE necessitam disponibilizar a forma e condução da compra. Pólvara (2017, p.1) enfatiza que o desafio de compras “[...] será sempre a busca da melhor negociação, pensando no custo *versus* benefício. O papel do comprador é extremamente importante dentro da organização já que as estratégias de uma boa negociação devem ser bem avaliadas”.

Gráfico 1 - Práticas de Compra (com selo ISE)



Fonte: Elaborado pela autora.

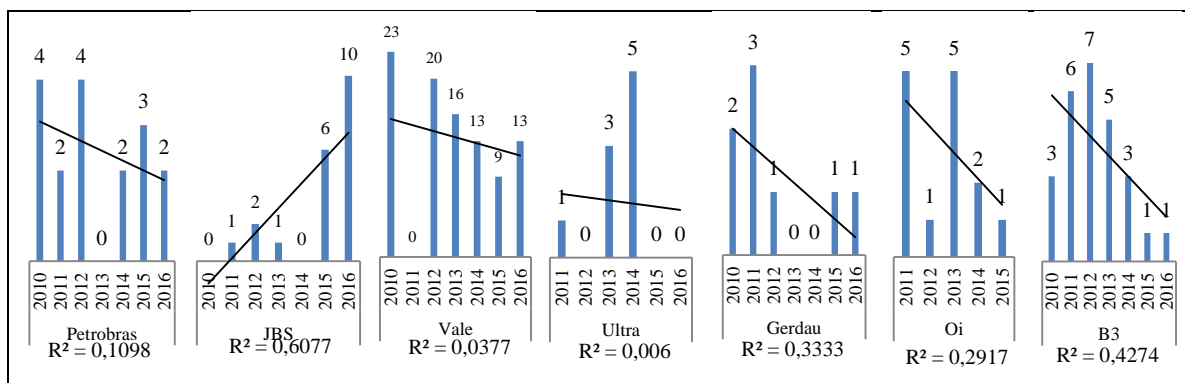
Legenda: R² = coeficiente de determinação.

O Itaú S.A e a BRF S.A apresentaram os melhores resultados em relação ao coeficiente de determinação, ou seja, o crescimento apresenta uma precisão de 78,3% e 72,9%, respectivamente. Esta informação possibilita crer que estas corporações tendem a elevar nos próximos anos a importância sobre as práticas de compras.

Com exceção da JBS S.A, as corporações que não possuem o selo ISE estão a cada ano mencionando menos a expressão “práticas de compra”, ou seja, pode-se inferir que estão menos preocupadas com questões de transparência da informação e vieses de sustentabilidade em relação a suas políticas de compras (GRÁFICO 2). A JBS S.A foi a única corporação do grupo que apresentou coeficiente de determinação forte (60,7%), e de 2010 á 2016 teve um aumento considerável no número vezes que a expressão “práticas de compra” foram

mencionadas nos relatórios anuais, evidenciando o interesse da corporação em apresentar práticas sustentáveis.

Gráfico 2 - Práticas de Compra (sem selo ISE)



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R² = coeficiente de determinação.

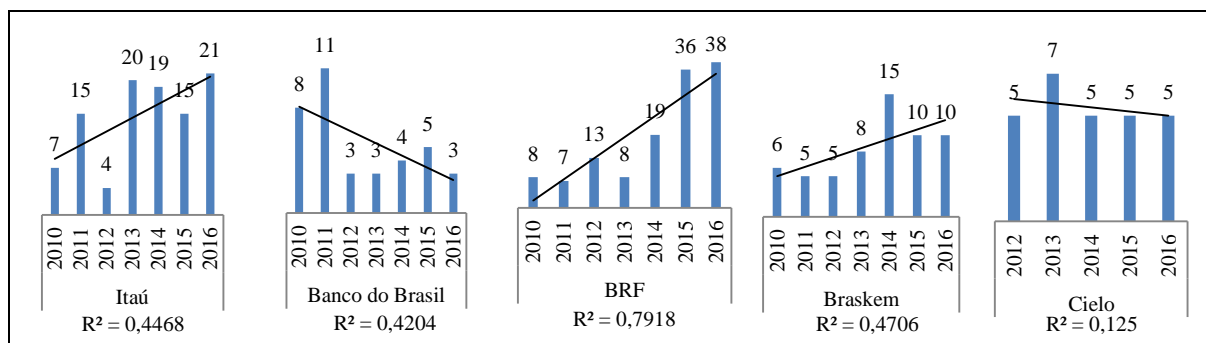
Os dois grupos apresentam diferenças em relação às suas práticas de compras, o grupo que possui o selo ISE demonstra crescimento no número de vezes que a expressão “práticas de compra” é mencionada no período, com coeficiente de determinação forte ou regular. Já o grupo que não possui a certificação decresce em informações, em sua maioria apresenta coeficiente de determinação fraco ou regular.

5.1.2 Presença de Mercado

A presença de mercado compreende as informações relativas à remuneração dos empregados em relação ao salário mínimo nacional ou da região. Pelo estudo de presença de mercado podem ser realizadas análises distinguindo, por exemplo, os gêneros e os cargos da alta administração, com perspectiva de verificar se há distinção de remuneração entre estes (GRI-4, 2015).

A BRF S.A é a única corporação do grupo ISE que apresenta um coeficiente de determinação forte (79,1%), e foi a que mais atribuiu importância ao aspecto presença de mercado (GRÁFICO 3). O Banco do Brasil S.A demonstra um decréscimo na quantidade vezes que foi mencionada a expressão “presença de mercado” nos relatórios anuais, situação que pode ser explicada pela projeção de encerramento de 781 agências em todo o país a partir de 2017, de acordo com Castro (2016).

Gráfico 3 – Presença de Mercado (com selo ISE)

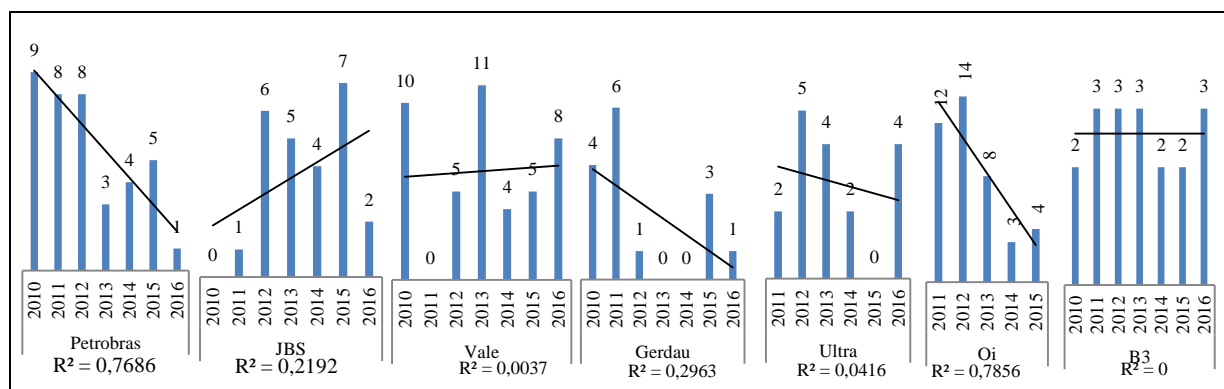


Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R^2 = coeficiente de determinação.

Entre as corporações que não integram o grupo ISE, 85,71% apresentam propensão ao decréscimo ou estagnação em relação ao número de vezes que mencionaram a expressão “presença de mercado” em seus relatórios sociais no período, situação que sugere indiferença quanto a categoria (GRÁFICO 4).

Gráfico 4 – Presença de mercado (sem selo ISE)



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R^2 = coeficiente de determinação.

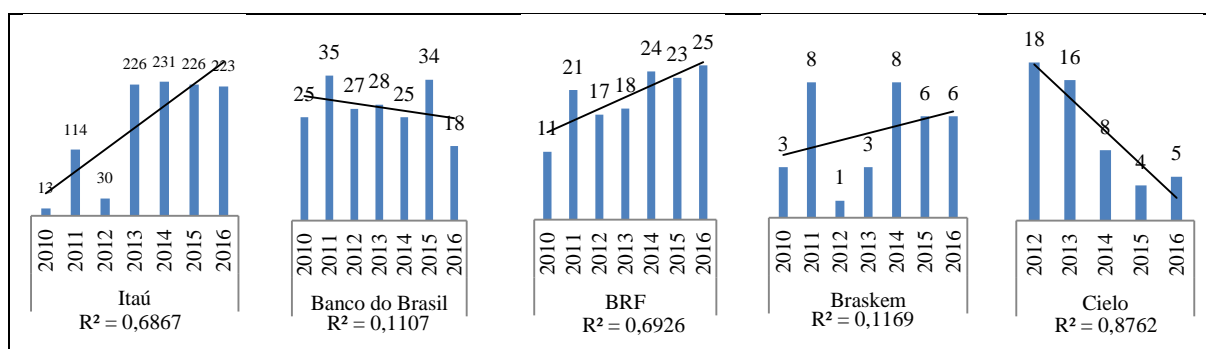
Na categoria presença de mercado os grupos corporativos (sem e com selo ISE), demonstram diferença em relação à importância atrelada à menção da expressão em seus relatórios sociais. Entre o grupo que possui o selo ISE 60% das corporações apresentam propensão ao aumento do número de vezes a menção da expressão “presença de mercado” nos demonstrativos futuros, enquanto no grupo de corporações que não possuem o selo ISE apenas 14,28% tendem ao crescimento na categoria.

5.1.3 Lucros

Os lucros compreendem o total das disponibilidades líquidas apuradas pela demonstração do resultado do exercício e registrada como lucros no balanço patrimonial. Os lucros podem ser segregados e analisados por atividade, centro de custos, departamento, entre outros, visando possibilitar maior transparência nas informações (GRI-4, 2015).

A expressão “lucros” possui uma importância ímpar de 2013 a 2016 no Itaú S.A, pelo número de vezes que foi citada nos relatórios de sustentabilidade (GRÁFICO 5). Este comportamento pode ser explicado pelo fato da corporação ter aumentado em 30% seu lucro líquido em relação ao ano de 2012, sendo o melhor resultado desde a fusão entre Itaú e Unibanco, conforme relatado no relatório anual da corporação em 2013. A BRF S.A, assim como o Itaú S.A, apresentou coeficiente de determinação forte (69,26% e 68,67% respectivamente), e crescimento no número de vezes que mencionam a citação “lucros” em seus relatórios anuais, sendo assim, neste caso há uma tendência de aumentar o número de vezes a menção da palavra lucros no futuro.

Gráfico 5 – Lucros (com selo ISE)

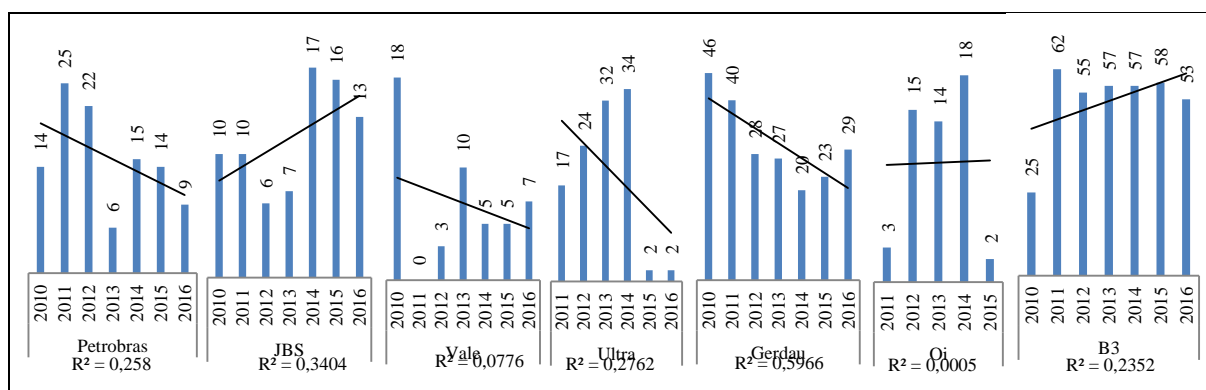


Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R² = coeficiente de determinação.

Com exceção da JBS S.A e da B3 S.A, as corporações que não possuem o selo ISE demonstraram menor interesse quanto a menção da expressão “lucros” em seus relatórios sociais anuais ao longo do período, e todas as corporações do grupo apresentaram coeficiente de determinação fraco ou regular (GRÁFICO 6).

Gráfico 6 - Lucros (sem selo ISE)



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R^2 = coeficiente de determinação.

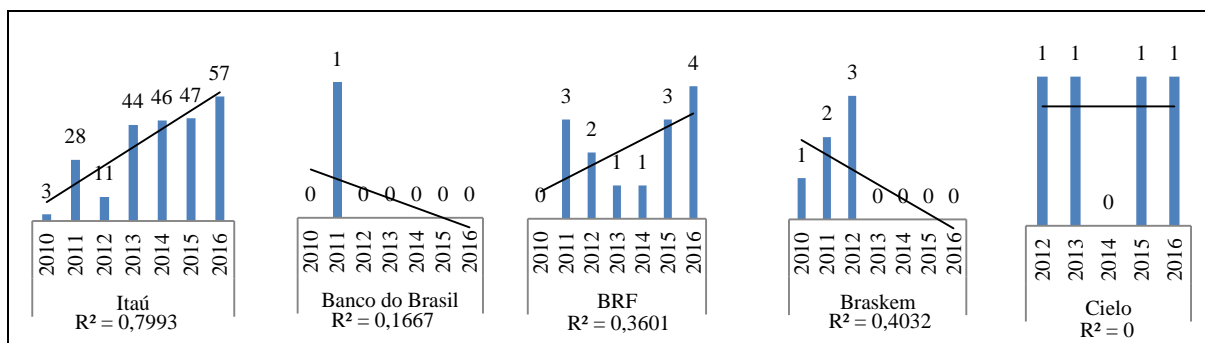
Em relação à menção “lucros” nos relatórios sociais, destaca-se a discrepância entre corporações do mesmo grupo, por exemplo, Itaú e Braskem, ambas possuem o selo ISE e apresentaram, em média, 152 vezes e 5 vezes, respectivamente, a expressão “lucros” no período analisado. Além disso, percebe-se que algumas corporações sem ISE atribuem maior importância/preocupação em relação aquelas com selo ISE, por exemplo, a comparação da B3 com a Braskem e Cielo, respectivamente.

5.1.4 Prejuízos

As corporações mencionam a expressão “prejuízos” à medida que expressam a sua preocupação com os riscos inerentes as atividades específicas, e caso a corporação tenha prejuízos, que este possa ser absorvido pelo lucro total gerado pela corporação (GRI-4, 2015).

O Itaú S.A foi a corporação que apresentou o maior grau de menção da expressão “prejuízos” em seus relatórios sociais, e apresentou coeficiente de determinação forte (79,93%), revelando assim, que se preocupa com os riscos das suas atividades e que a previsão de aumento a menção da expressão no próximo período é confiável (GRÁFICO 7). A BRF S.A também apresentou crescimento no período, porém o número de menções é baixo. As demais corporações do grupo apresentaram diminuição do número de vezes que mencionaram a expressão “prejuízos” em seus relatórios sociais, prática que infere que essas corporações não estão preocupadas em demonstrar suas ações em relação ao risco da atividade.

Gráfico 7 – Prejuízos (com selo ISE)

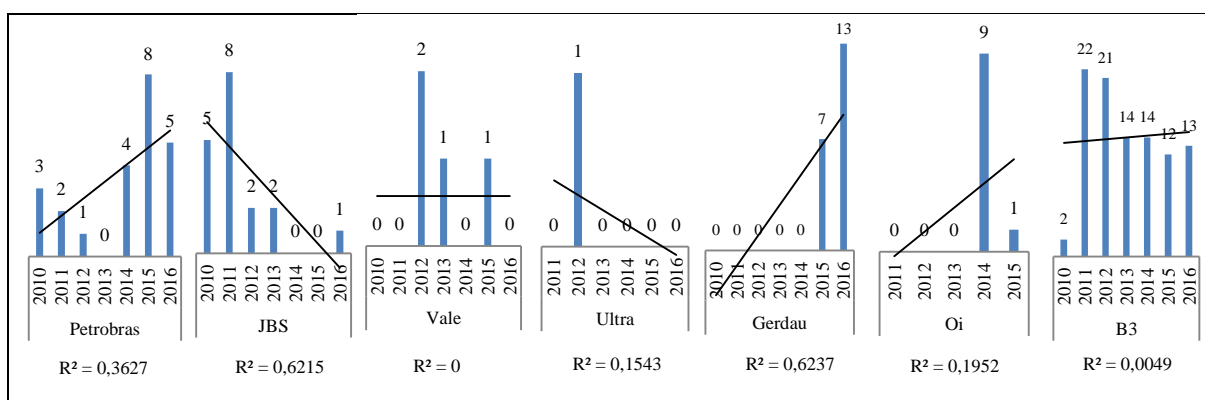


Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R^2 = coeficiente de determinação.

As corporações que não integram o grupo ISE mencionaram menos vezes a expressão “prejuízos” em seus relatórios sociais anuais, o que pode sugerir que estão menos preocupadas com os riscos da atividade, ou não querem apresentar informações, talvez vistas como, prejudiciais ao negócio (GRÁFICO 8). Com o coeficiente de determinação forte (62,37%), a Gerdau S.A foi a corporação que apresentou maior crescimento em número de vezes que mencionou a expressão “prejuízos” em 2015 e 2016, fato que pode pressupor que a organização está visando ser transparente em suas informações.

Gráfico 8 - Prejuízo (sem selo ISE)



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R^2 = coeficiente de determinação.

Ao passo que as corporações apresentam crescimento/decréscimo em mencionar a palavra “lucros” demonstram a mesma variação na citação da expressão “prejuízos”, elucidando que à medida que as corporações se preocupam mais (ou menos) com os lucros, consequentemente se importam na mesma proporção com os riscos pertinentes às atividades que possam gerar prejuízos a corporação.

5.2 Categoria Ambiental

A categoria ambiental compreende informações relacionadas ao impacto da corporação sobre ecossistemas. Essa categoria também abrange impactos relacionados à biodiversidade, aos transportes e a produtos e serviços, assim como a conformidade com leis e regulamentos ambientais, gastos e investimentos na área ambiental (GRI-4, 2015).

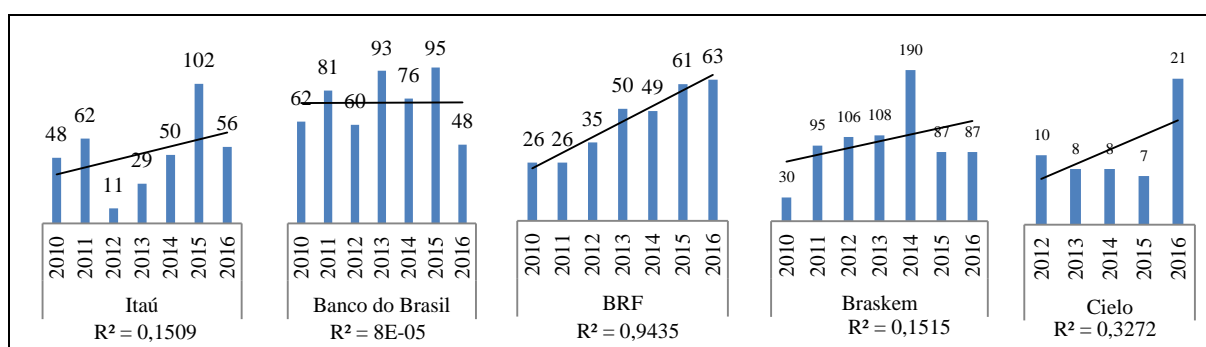
Apresenta-se na sequência dados sobre as informações ambientais, subdivididas em quatro categorias: 1) Água; 2) Efluentes e Resíduos; 3) Emissões; e 4) Energias.

5.2.1 Água

O indicador água se destina a informar aos *stakeholders* quais as formas de abastecimento e reaproveitando de água que a corporação utiliza. Assim como busca verificar se a corporação está prejudicando significativamente fontes hídricas pela retirada de água (GRI-4, 2015).

O tema água é crescente nos demonstrativos ligados a gestão sustentável das corporações que possuem o selo ISE, este comportamento é distinto em relação a atividade econômica da corporação, visto que a água é um elemento indispensável para à sobrevivência, não só da corporação, mas da sociedade como um todo (GRÁFICO 9).

Gráfico 9 – Água (com selo ISE)



Fonte: Elaborado pela autora.

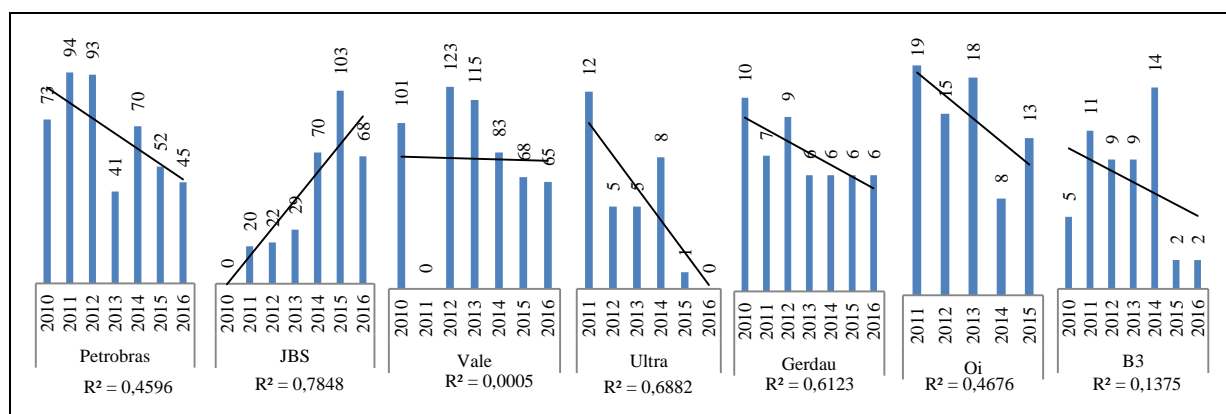
Legenda: R² = coeficiente de determinação.

Em relação a menção da expressão “água” nos relatórios sociais/sustentabilidade do grupo que possui o selo ISE a BRF S.A destaca-se, dado que apresentou crescimento no número de vezes que a palavra “água” foi mencionada em todo o período estudado, e obteve

coeficiente de determinação muito forte (95,35%), isto sugere que há uma tendência confiável de crescimento da importância atribuída a expressão “água” nos próximos períodos pela BRF S.A. De acordo com os relatórios anuais da BRF S.A, um de seus principais projetos sustentáveis é a gestão da água.

No grupo de corporações que não possuem o selo ISE, a expressão “água” está sendo menos mencionada com o passar dos anos. A JBS S.A foi a única corporação deste grupo que apresentou crescimento no número de vezes que a expressão “água” foi mencionada no período e coeficiente de determinação forte (78,48%), o que atribui confiança na projeção de que nos próximos anos haverá um crescimento na menção da expressão “água” nos relatórios sociais dessa corporação (GRÁFICO 10).

Gráfico 10 – Água (sem selo ISE)



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R² = coeficiente de determinação.

De encontro aos dados obtidos com as corporações que possuem o selo ISE, as que não participam desse grupo, com exceção da JBS S.A., estão decrescendo em informações relacionadas a utilização consciente e reciclagem da água, evidenciando que essas corporações estão menos preocupadas com a sustentabilidade empresarial. Neste caso, percebe-se que as corporações com selo ISE possuem um comportamento diferente daquelas que não possuem a certificação.

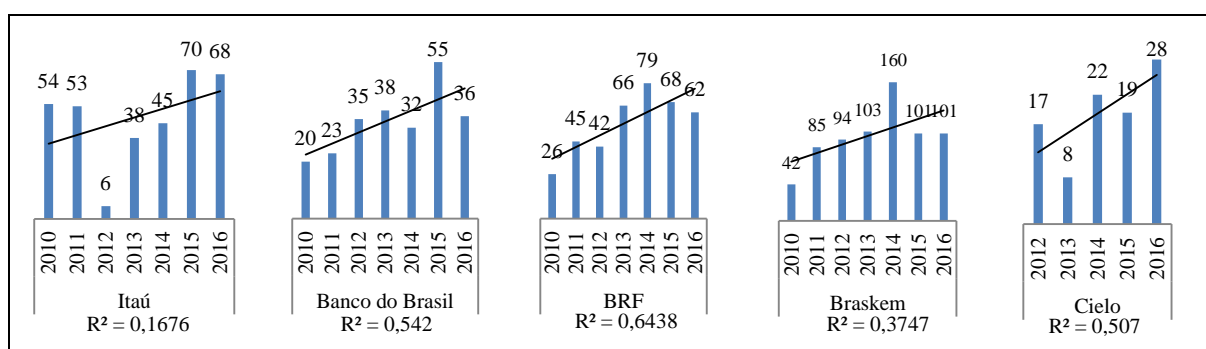
5.2.2 Efluentes e Resíduos

A categoria efluentes e resíduos está associada ao volume total de descartes de água planejados e não planejados, e à destinação de resíduos descartados pela corporação. Esta

categoria visa saber como são feitos esses descartes, assim como a quantidade de resíduos que a corporação origina (GRI-4, 2015).

A importância atribuída à expressão “efluentes e resíduos” pelas corporações com selo ISE é crescente, o que demonstra que as corporações estão se adequando ao processo de descarte de efluentes e resíduos, sendo assim, uma atitude consciente em direção da gestão sustentável (GRÁFICO 11).

Gráfico 11 – Efluentes e Resíduos (com selo ISE)



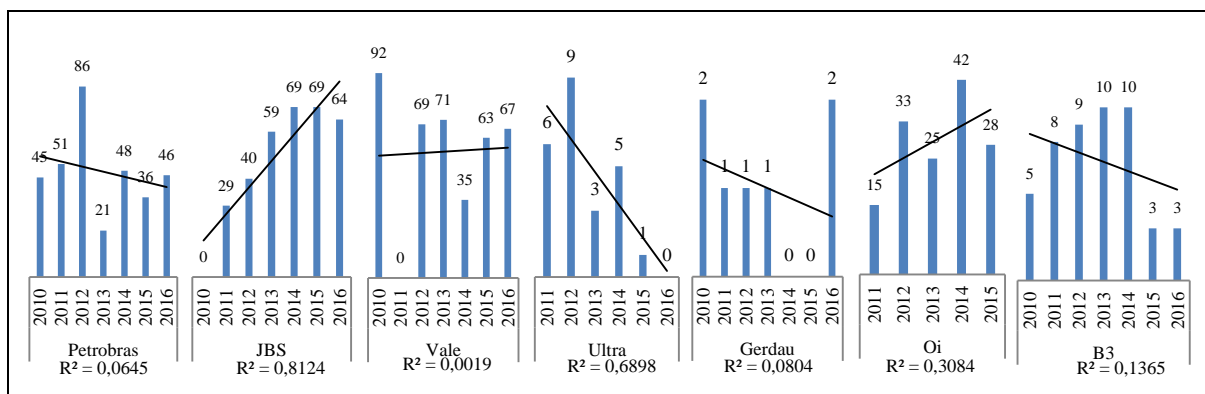
Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R^2 = coeficiente de determinação.

A BRF S.A apresentou coeficiente de determinação forte (64,38%), ou seja, o crescimento é constante e consistente. Este fato pode ser explicado em função da parceria firmada pela BRF S.A com o Grupo Megabox (empresa especializada em tratamento de resíduos) para elaborar um projeto de compostagem destinado a resíduos orgânicos industriais, parceria criada em 2015 para atender a unidade de Videiras-SC que produz cerca de 105 toneladas de resíduos por dia (RECH, 2016).

Entre as corporações que não possuem o selo ISE, a Vale S.A e Ultrapar Participações S.A apresentaram queda significativa no último período em relação a 2010 (GRÁFICO 12).

Gráfico 12 – Efluentes e Resíduos (sem selo ISE)



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R² = coeficiente de determinação.

A Vale S.A apresentou coeficiente de determinação fraco (0,19%), colocando em dúvida seu resultado, já a Ultrapar Participações S.A demonstrou coeficiente de determinação forte (68,98%), ou seja, que a importância atribuída será decrescente nos próximos períodos é consistente. No oposto, a JBS vem aumentando seu cuidado com relação às questões de efluentes e resíduos, conforme seus relatórios anuais o plano de investimentos ambientais é atualizado anualmente, desde 2011, e conta com mais de 360 projetos concluídos, totalizando investimentos de mais de R\$ 42,8 milhões até 2014.

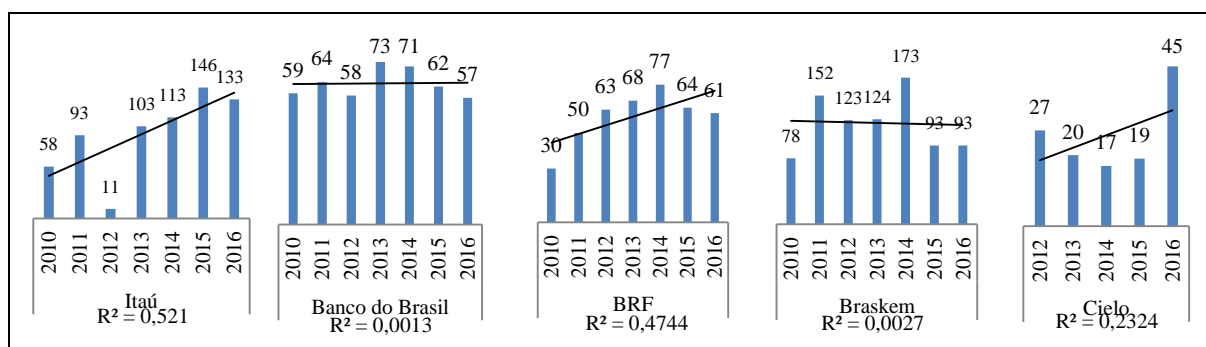
Pode-se perceber que, assim como em relação a menção da expressão “água”, a importância atribuída a menção da expressão “efluentes e resíduos” é diferente entre os grupos de corporações que possui o selo ISE e o que não possui a certificação. Observa-se que o grupo que possui o selo ISE cresce em número de vezes que mencionaram a expressão “efluentes e resíduos” nos seus relatórios sociais, demonstrando que se preocupam com as questões ambientais, enquanto as corporações que não possuem o selo ISE descresem ou são indiferentes ao aspecto.

5.2.3 Emissões

A categoria emissões refere-se aos Gases de Efeito Estufa (GEE), de substâncias que destroem a camada de ozônio e de outras emissões atmosféricas relevantes. Este grupo inclui a divulgação de informações sobre emissões de GEE tanto diretas quanto indiretas e, além disso, relata as normas, metodologias e premissas adotadas pelas corporações (GRI-4, 2015).

No grupo de corporações que possuem o selo ISE há um crescimento da importância atribuída a menção da expressão “emissões” ao longo do período, exceto a Braskem, porém o crescimento é pouco consistente e confiável. Esta situação pode ser explicada em função da atividade da maioria das corporações pertencentes ao grupo não envolverem emissão de gases prejudiciais ao meio ambiente (GRÁFICO 13).

Gráfico 13 – Emissões (com selo ISE)

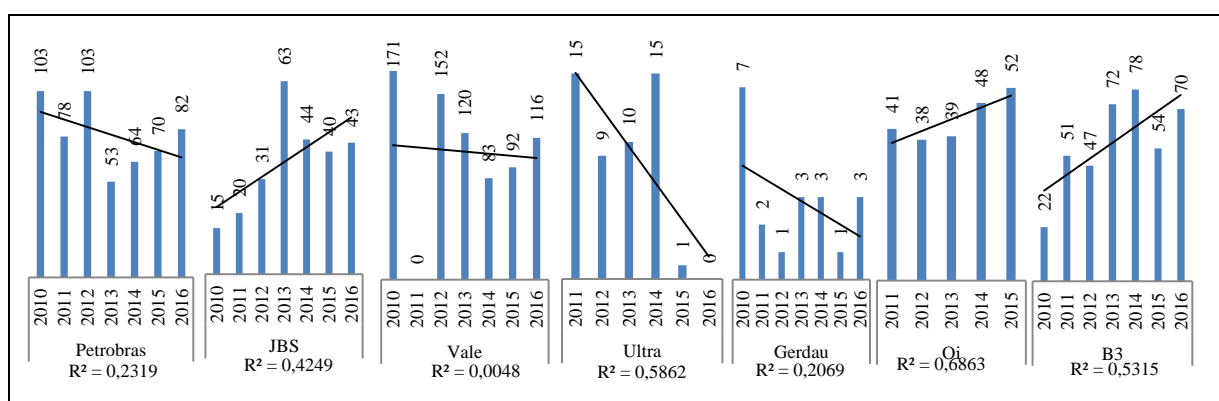


Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R^2 = coeficiente de determinação.

As corporações que não integram o grupo ISE, por sua vez, apresentam um decréscimo da importância atribuída as informações sobre emissões ao longo do período, com exceção da JBS S.A, Oi S.A e B3 S.A, que opostamente as demais corporações do grupo obtiveram crescimento no período (GRÁFICO 14).

Gráfico 14 – Emissões (sem selo ISE)



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R^2 = coeficiente de determinação.

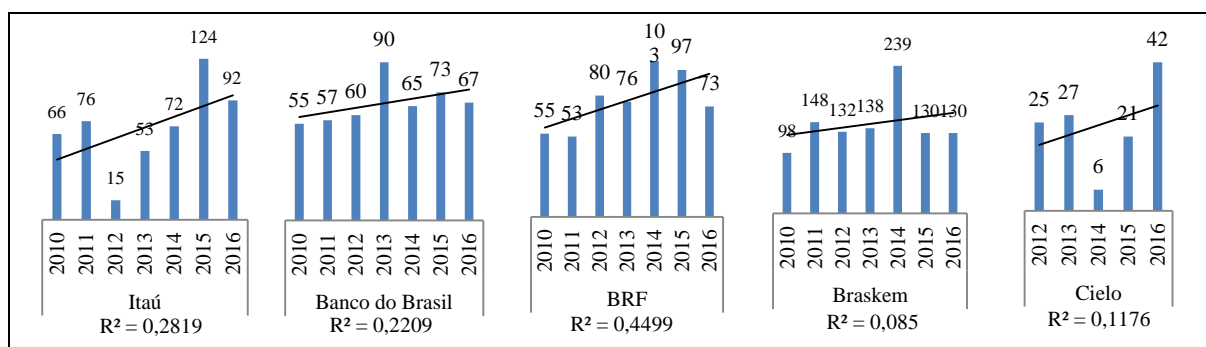
Pode-se observar que as corporações que decresceram em vezes que mencionaram a expressão “emissões” em seus relatórios anuais são, na sua maioria, corporações vinculadas à atividade industrial de grande porte.

5.2.4 Energias

A categoria energias está relacionada ao consumo de energia da corporação, se utiliza fontes renováveis ou não renováveis, os tipos de energias utilizadas, e se a corporação possui políticas de redução de consumo (GRI-4, 2015).

As corporações com selo ISE têm atribuído importância crescente a expressão “energias”, visto que todas as corporações do grupo apresentaram crescimento no período em número de vezes que mencionaram a expressão “energias” em seus relatórios sociais, uma vez que a energia é essencial para todas as atividades, e a busca por energias renováveis é uma forma de gestão sustentável (GRÁFICO 15). De acordo com Grandelle (2016) em matéria ao jornal O Globo, os valores investidos, em todo o mundo, em fontes renováveis chegaram a R\$286 bilhões em 2016, sendo o maior investimento deste tipo nos últimos anos.

Gráfico 15 – Energias (com selo ISE)

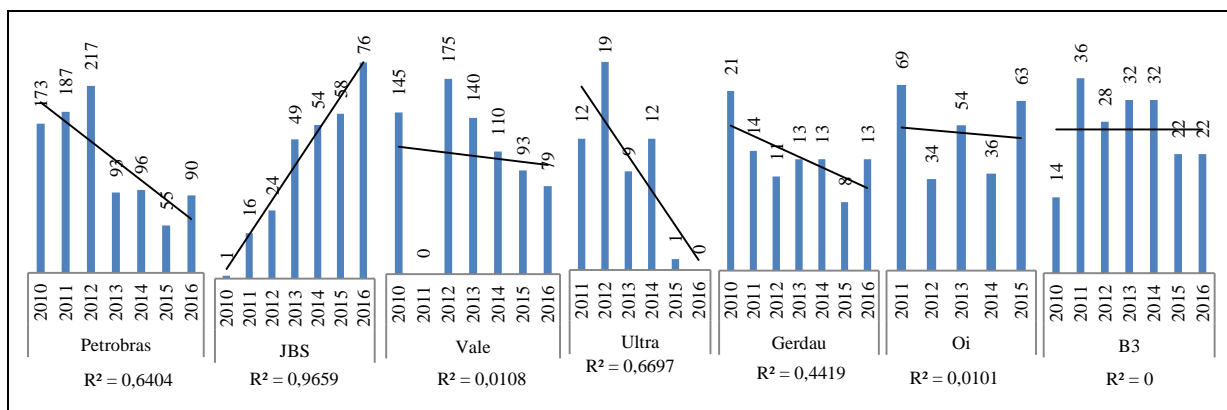


Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R^2 = coeficiente de determinação.

As organizações JBS S.A e B3 S.A foram às únicas, do grupo que não possui o selo ISE, que apresentaram crescimento nas informações energéticas, o que sugere que são corporações que estão buscando ações sustentáveis (GRÁFICO 16). As demais corporações apresentaram decréscimo no período, com destaque a Ultrapar Participações S.A que no último exercício não mencionou nenhuma vez a expressão “energias” em seu relatório.

Gráfico 16 – Energias (sem selo ISE)



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R² = coeficiente de determinação.

Mais uma vez é possível perceber a diferença atribuída às questões ambientais pelo grupo que possui o selo ISE e o grupo que não possui a certificação, posto que as corporações que integram o ISE apresentam crescimento em vezes que mencionaram a expressão “energias” em seus relatórios anuais, e as que não integram o grupo ISE, em sua maioria, apresentaram decréscimo no período.

5.3 Perfil do aspecto Social

A dimensão social da sustentabilidade está associada aos impactos da corporação sobre os sistemas sociais em que atua. Grande parte do seu conteúdo baseia-se em normas universais internacionalmente reconhecidas ou outras referências internacionais relevantes (GRI-4, 2015).

Nas subseções seguintes, apresenta-se os resultados encontrados relativos aos aspectos sociais, divididos em: a) Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente; b) Direitos Humanos; c) Sociedade; e d) Responsabilidade pelo Produto.

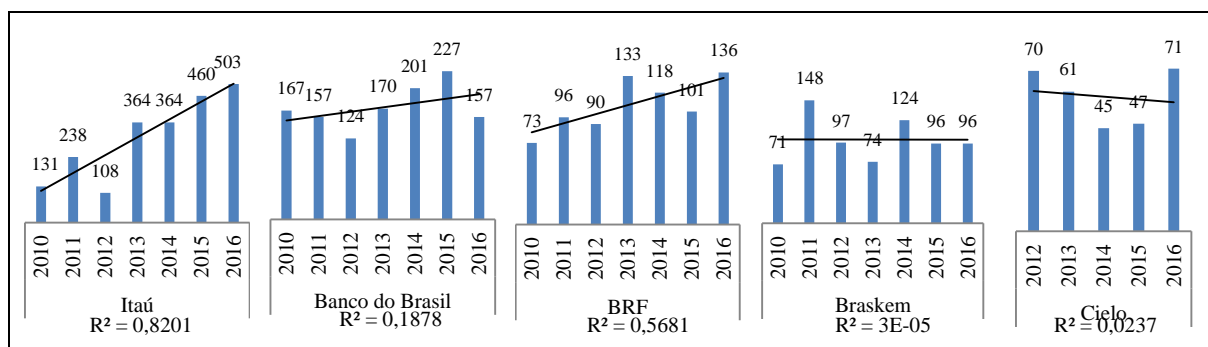
5.3.1 Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente

A categoria práticas trabalhistas e trabalho decente apresenta informações relativas às relações trabalhistas, diversidade e igualdade de oportunidades, igualdade de remuneração

para homens e mulheres, mecanismos de queixas e reclamações relacionadas às práticas trabalhista, saúde e segurança no trabalho e ainda treinamentos e auxílios a educação dos colaboradores e sociedade.

As corporações que possuem o selo ISE demonstraram crescimento no desenvolvimento de práticas trabalhistas e trabalho decente, com destaque para o Itaú S.A que, além de apresentar o melhor coeficiente de determinação (82,01%), demonstrou mais menções relacionadas a esta categoria e maior crescimento ao longo do período que as demais corporações pertencentes ao grupo (GRÁFICO 17). Esse dado pode ser reflexo das ações sociais que o Itaú S.A promove para a sociedade como um todo, como, por exemplo, o projeto “Leia para uma Criança”, onde todos os anos, próximo ao dia das crianças, o Itaú S.A distribuí livros gratuitamente para várias famílias brasileiras (PECHI, 2017).

Gráfico 17 - Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (com selo ISE)

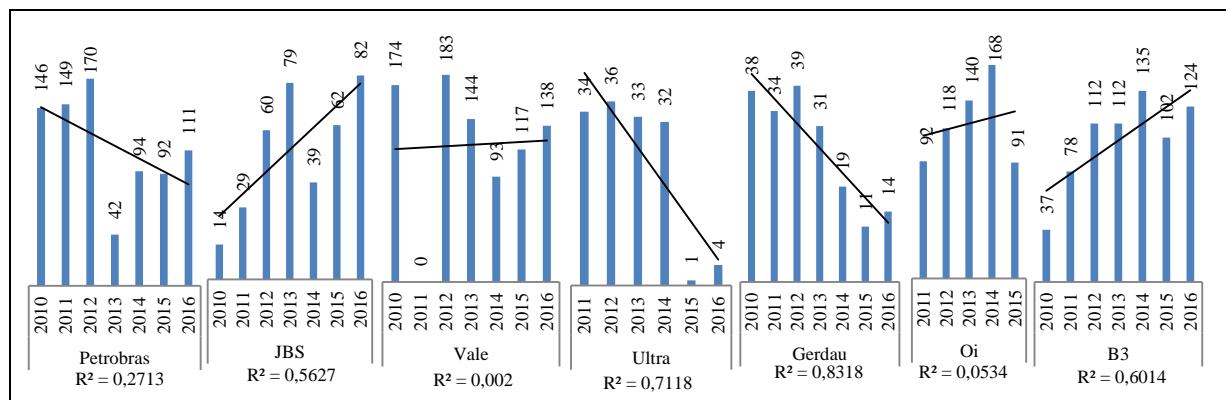


Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R² = coeficiente de determinação.

As corporações sem selo ISE, em sua maioria, apresentam diminuição na menção da expressão “práticas trabalhistas e trabalho decente” (GRÁFICO 18). A Ultrapar Participações S.A e Gerdau S.A apresentaram os coeficientes de determinação em nível forte, 71,18% e 83,18% respectivamente, mas foram também as que mais decresceram em número de vezes que mencionaram a expressão “práticas trabalhistas e trabalho decente” no período analisado. Isto revela que o decréscimo é constante e consistente e pode ser utilizado como uma tendência.

Gráfico 18 - Práticas Trabalhistas e Trabalho Decente (sem selo ISE)



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R^2 = coeficiente de determinação.

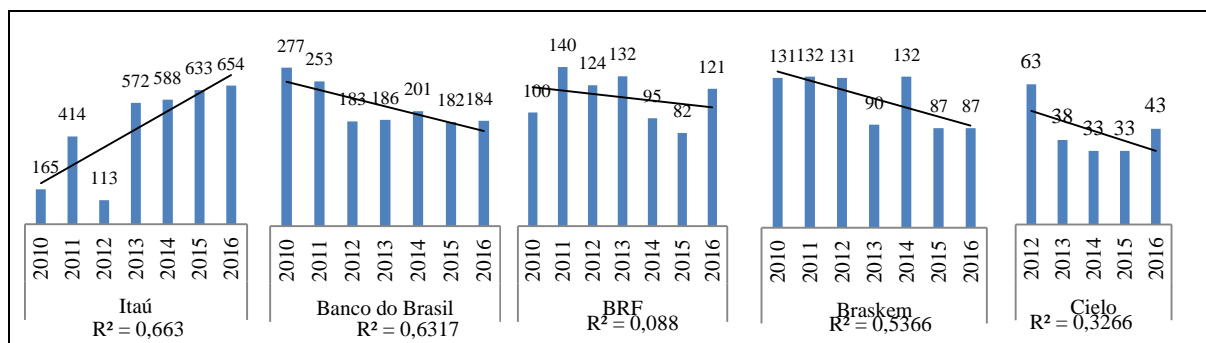
Apenas as corporações JBS S.A e B3 S.A, do grupo que não possui selo ISE, foram as únicas que apresentaram crescimento no período, manifestando que possuem interesse em agregar valor às práticas trabalhista e de trabalho decente.

5.3.2 Direitos Humanos

As perspectivas da categoria direitos humanos visam à igualdade, dessa maneira abrangem dados como direitos indígenas, investimentos, práticas de segurança, avaliação de fornecedores em direitos humanos, liberdade de associação e negociação coletiva, mecanismos de queixas e reclamações relacionadas a direitos humanos, não discriminação, trabalho forçado ou análogo ao escravo e trabalho infantil (GRI-4, 2015).

O Itaú S.A foi única corporação do grupo ISE que apresentou crescimento no período e foi a que mais vezes mencionou a expressão “direitos humanos” em seus relatórios sociais, demonstrando assim estar preocupada com desenvolvimento humano e social. As demais corporações que possuem o selo ISE apresentaram resultado contrário em relação à menção da expressão “direitos humanos”, ou seja, apresentaram decréscimo no período em relação a categoria direitos humanos (GRÁFICO 19).

Gráfico 19 – Direitos Humanos (com selo ISE)

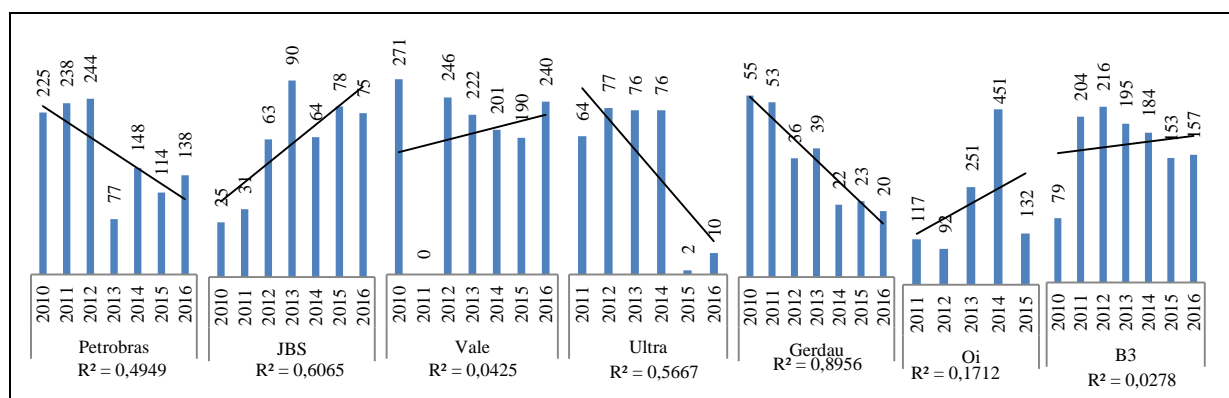


Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R^2 = coeficiente de determinação.

Em relação as corporações que não possuem o selo ISE tem-se um mix de resultados, ou seja, algumas corporações demonstram crescimento e outras decréscimo em relação ao número de vezes que mencionaram a expressão “direitos humanos” no relatórios sociais do período analisado (GRÁFICO 20). Isto é, as corporações JBS S.A, Oi S.A e B3 S.A apresentaram crescimento em relação a menção da expressão “direitos humanos” no último ano em relação a 2010. Já a Petrobrás S.A, Vale S.A, Ultrapar Participações S.A e a Gerdau S.A, demonstraram diminuição no número vezes que mencionaram a expressão “direitos humanos” em seus relatórios sociais.

Gráfico 20 – Direitos Humanos (sem selo ISE)



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R^2 = coeficiente de determinação.

Em relação a categoria direitos humanos, temos uma inversão de resultados, entre o grupo de corporações que não possui o selo ISE 42,85% das corporações apresentaram crescimento em menção a expressão “direitos humanos”, contra apenas 20% do grupo que possui o selo ISE. As questões relacionadas aos direitos humanos estão cada vez mais sendo

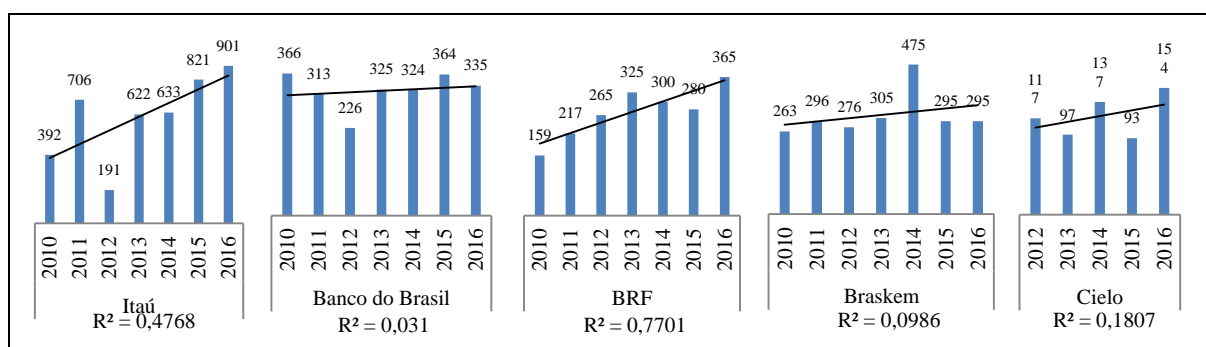
discutidas no meio empresarial como um fator que pode guiar corporações ao sucesso, deixando de lado a visão que somente investimentos em prol do meio ambiente são considerados sustentáveis (COSTA, 2015).

5.3.3 Sociedade

A visão social pelo aspecto sociedade engloba dados sobre comunidades locais, combate a corrupção, políticas públicas, educação, desemprego, desigualdade, saúde, segurança e mecanismos de queixas e reclamações relacionadas aos impactos da corporação na sociedade (GRI-4, 2015).

Esta é a categoria social (sociedade) com maiores menções nos relatórios sociais analisados. O Itaú S.A se destaca positivamente entre as corporações do grupo ISE, com a maior quantidade de informações em 2016 (GRÁFICO 21). Além do Itaú S.A, pode-se ressaltar os resultados da BRF S.A, que demonstrou relevância a categoria e foi a corporação com o coeficiente de determinação mais alto (77,01%). Isto significa que nos próximos períodos há uma tendência que o comprometimento com a sociedade aumente por parte da BRF S.A.

Gráfico 21 – Sociedade (com selo ISE)

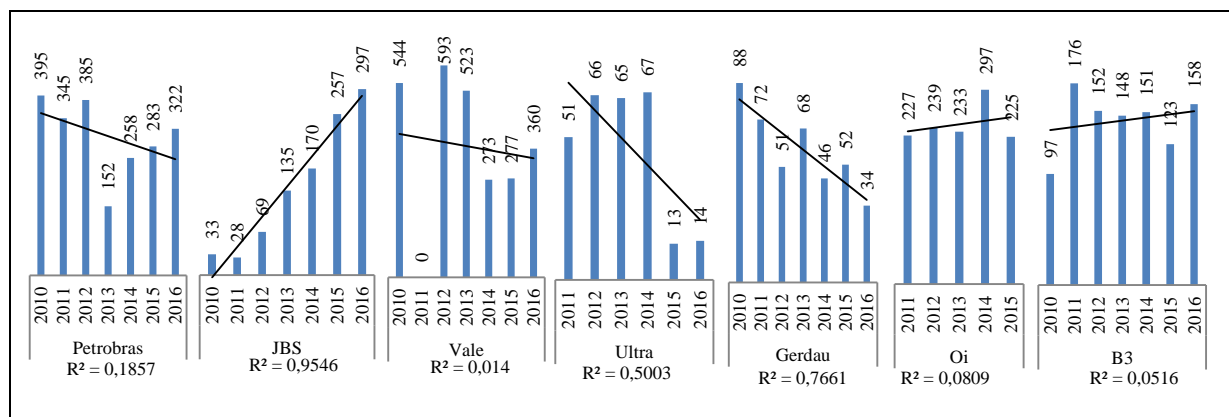


Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R² = coeficiente de determinação.

No grupo de corporações que não integram o ISE, apenas a JBS S.A e a B3 S.A demonstraram interesse nas questões sociais, e a JBS apresentou o coeficiente de determinação em nível forte (95,46%), expressando assim, que para os próximos anos há uma tendência de crescimento em relação a menção da categoria sociedade em seus relatórios sociais/sustentabilidade.

Gráfico 22 – Sociedade (sem selo ISE)



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R² = coeficiente de determinação.

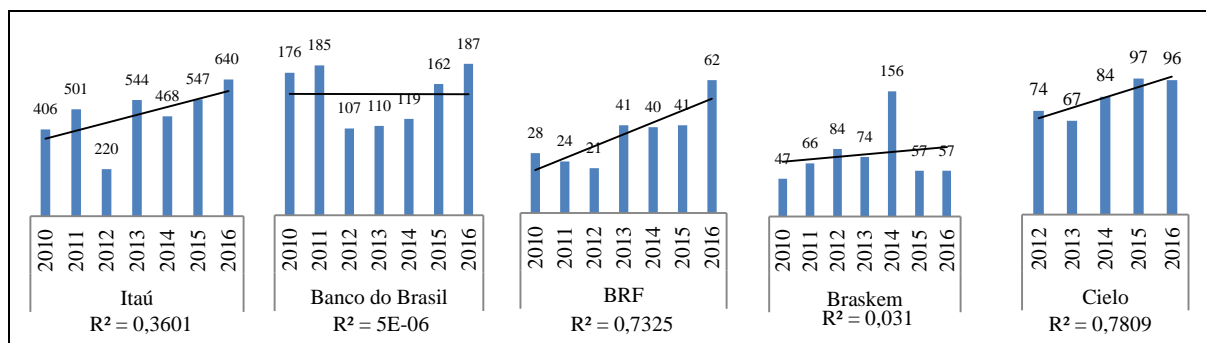
A Gerdau S.A também apresentou coeficiente de determinação forte (76,61), porém está decrescendo o número de vezes que menciona a expressão “sociedade” em seus relatórios ao longo do período. Ou seja, está havendo uma menor importância a cada ano da Gerdau frente a sociedade.

5.3.4 Responsabilidade pelo Produto

A categoria responsabilidade pelo produto vai em direção a dados que representem a responsabilidade da corporação pelos produtos que comercializa, pelas informações que são apresentadas através de questões sobre comunicações de marketing, privacidade do cliente, rotulagem de produtos e serviços (GRI-4, 2015).

A Cielo S.A, entre, as corporações que possuem o selo ISE, foi a corporação que apresentou o melhor coeficiente de determinação (78,09%) e a única que teve oscilação decrescente em apenas um ano (GRÁFICO 23). No geral, todas as corporações do grupo cresceram em número de vezes que a expressão “responsabilidade pelo produto” foi mencionada.

Gráfico 23 – Responsabilidade pelo Produto (com selo ISE)

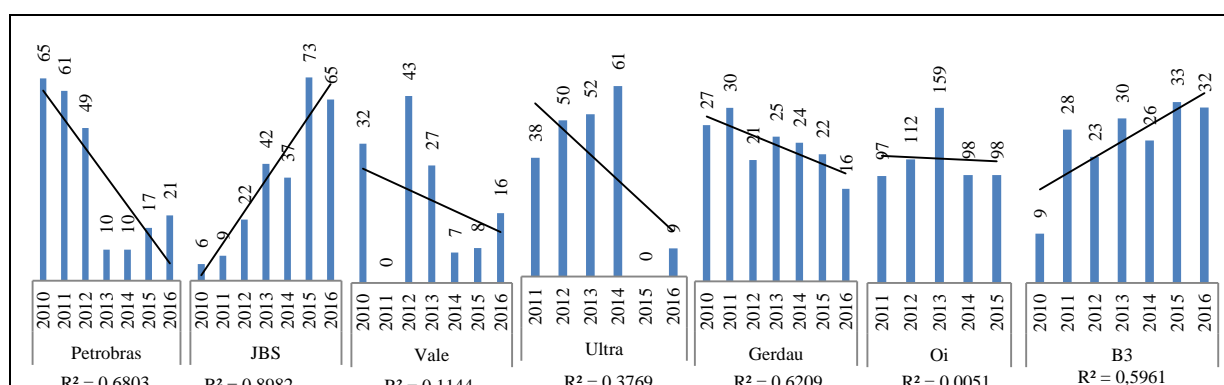


Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R^2 = coeficiente de determinação.

As corporações que não integram o grupo ISE, em sua maioria (80%) reduziram o número de menções da expressão “responsabilidade pelo produto” (GRÁFICO 24). Com destaque para a Petrobrás Petróleo Brasileiro S.A, que apresentou coeficiente de determinação forte e diminuição das informações de 2010 a 2014, voltando a mencionar mais a categoria apenas em 2015, fato este, que pode estar relacionado com os escândalos políticos envolvendo a corporação nos últimos anos. Como por exemplo, a petrolífera ter sido acusada de estar envolvida na operação Lava Jato em 2015, período em que a Petrobrás foi investigada por receber propina de empresas que formavam cartel para vencer licitações. Possivelmente a corporação voltou a ressaltar sua “responsabilidade pelo produto” com intenção de se enaltecer perante os *stakeholders* (DIONÍSIO, 2015).

Gráfico 24 – Responsabilidade pelo Produto (sem selo ISE)



Fonte: Elaborado pela autora.

Legenda: R^2 = coeficiente de determinação.

As corporações JBS S.A e B3 S.A mostraram-se crescentes na categoria social, revelando estar preocupadas com as questões relacionadas com a responsabilidade pelo

produto. (GRÁFICO 24). Primeiramente a relação entre as corporações e a sociedade é baseada na oferta de produtos e serviços (SEBRAE, 2015). Posto isso, é preciso que corporações e sociedade compartilhem a responsabilidade pela construção de um país mais sustentável. Desta forma, a gestão empresarial deve estar atenta aos processos de desenvolvimento dos produtos e serviços, acompanhando todo o ciclo de bens e serviços oferecidos aos consumidores (SEBRAE, 2015).

Através do levantamento da quantidade de menções das categorias econômica, ambiental e social nos relatórios sociais/sustentabilidade, percebeu-se que existe diferença entre as corporações que possuem o selo ISE e as que não possuem este selo, em relação à preocupação demonstrada em seus relatórios sociais frente à sustentabilidade empresarial. Apresentadas as análises por categorias, na sequência descrevem-se os resultados obtidos através da aplicação da correlação de *Spearman*.

5.4 Correlação de *Spearman*

A partir da correlação de *Spearman* é possível constatar que, entre o grupo que possui o selo ISE, há uma correlação forte ($p = 0,964$), com certeza de 99%, entre o “total econômico” e as “práticas de compras”, ou seja, sugere que em relação à categoria econômica as corporações provavelmente atribuem maior credibilidade às práticas de compras (TABELA 1). A correlação forte entre o “total econômico” e as “práticas de compras” sugere que, ao passo que as corporações vendem seus produtos e/ou seus serviços, a política de compras sustentáveis é um diferencial para conseguir vantagem competitiva frente aos concorrentes (FONSECA, 2013). A corporação possuir uma boa política de compras pode ser considerado como uma estratégia de negócio para a gestão empresarial sustentável, visto que possibilita obter maior qualidade nos materiais ou serviços adquiridos, melhores orçamentos, prazos, entre outros (PÓLVORA, 2017). O estudo também sugere uma correlação forte, ($p = 0,964$) com nível de significância de 0,1 entre o “total econômico” e a expressão “lucros”.

As categorias “total econômico” e “total ambiental” não apresentaram correlação significativa, o mesmo acontece entre as categorias “total ambiental” e “total social”, desta forma infere-se que a expressão de uma variável não pode ser explicada em função da outra (TABELA 1).

Tabela 1 – Correlação de *Spearman* das corporações que possuem o selo ISE

	Práticas de Compras	Presença de Mercado	Lucros	Prejuízos	Total Econômico	Água	Efluentes e Resíduos	Emissões	Energias	Total Ambiental	Práticas Trabalhistas	Direitos Humanos	Sociedade	Responsabilidade e pelo Produto	Total social
Práticas de Compras	1														
Presença de Mercado	,857*	1													
Lucros	,893**	0,679	1												
Prejuízos	0,408	0,408	0,63	1											
Total Econômico	,964**	,786*	,964**	0,482	1										
Água	0,714	,786*	0,607	0,111	0,75	1									
Efluentes e Resíduos	,786*	,821*	0,571	0,111	0,75	,929**	1								
Emissões	0,607	0,571	0,679	0,556	0,714	0,75	0,75	1							
Energias	0,25	0,286	0,464	0,482	0,429	0,607	0,464	,857*	1						
Total Ambiental	0,25	0,286	0,464	0,482	0,429	0,607	0,464	,857*	1,000**	1					
Práticas Trabalhistas	,901**	0,595	,955**	0,449	,955**	0,613	0,631	0,667	0,414	0,414	1				
Direitos Humanos	,857*	0,536	,964**	0,519	,929**	0,536	0,536	0,643	0,429	0,429	,991**	1			
Sociedade	,964**	,786*	,964**	0,482	1,000**	0,75	0,75	0,714	0,429	0,429	,955**	,929**	1		
Responsabilidade e pelo Produto	,821*	0,571	0,679	0,334	0,714	0,321	0,536	0,357	0	0	,775*	0,75	0,714	1	
Total social	,929**	0,643	,929**	0,371	,964**	0,679	0,714	0,679	0,393	0,393	,991**	,964**	,964**	,786*	1

Fonte: Elaborada pela autora com base no Software SPSS

Legenda: ** A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral);

* A correlação é significativa no nível 0,05 (bilateral).

O estudo sugere que há uma correlação forte ($p = 0,929$), ao nível de significância de 0,01, ou seja, 99% de certeza, entre a expressão “lucros” e o aspecto “total social”, isto é, na medida em que as corporações mencionam mais a expressão “lucros” também apontam mais as categorias “sociais”, ou vice versa. Além dessa, também há uma correlação forte ($p = 0,964$), significativa de 0,01 (com certeza de 99%) entre o “total econômico” e o “total social” (TABELA 1). Portanto, percebe-se que à medida que as corporações disponibilizam mais informações econômicas, ou até mesmo recursos econômicos, mais elas apresentam e/ou investem em ações sociais, ou vice versa. A correlação entre econômico e social, também, pode ser observada no estudo de Pletsch, Silva e Hein (2015) que aponta que quando maior for o desempenho econômico das corporações listadas no ISE, mais recursos são investidos, por elas, em ações sociais, sendo primeiro em ações internas e posteriormente em ações que visam o bem estar da sociedade como um todo.

Em relação ao aspecto “total ambiental”, a correlação com a categoria “energias” foi forte ($p = 1,000$), com nível de significância de 0,01, ou seja, 99% de certeza. Desta forma, ao passo que as corporações apresentam informações sobre a categoria “total ambiental”

paralelamente apresentam dados sobre o aspecto “energias”, ou vice versa (TABELA 1). Posto que a busca por fontes de energias renováveis é uma preocupação mundial e o investimento necessário para a aplicação de energias renováveis diminuiu consideravelmente nos últimos seis anos, oportunizando aos países em desenvolvimento criar projetos eficientes para desenvolver a sustentabilidade energética (GRANDELLE, 2016).

O Instituto de Estudos de Desenvolvimento Industrial (IEDI) (2010) salienta que o tema “energias” é um dos mais relevantes quando se trata de desenvolvimento sustentável, visto que as energias renováveis são fundamentais para a transformação da economia tradicional para uma econômica mais inclusiva, entretanto este processo é de longo prazo. O Brasil desempenha um papel meritório no âmbito das energias renováveis, uma vez que foram tomadas decisões a favor do aproveitamento do potencial hidrelétrico e a produção de combustíveis a partir da cana-de-açúcar (IEDI, 2010). A questão energética oferece ao país oportunidades que ultrapassam as fronteiras nacionais e propiciam à inserção do país na economia global.

Em relação ao aspecto “total social” as categorias “práticas trabalhistas”, “direitos humanos” e “sociedade” apresentaram correlação forte ($p = 0,991$; $p = 0,964$; e $p = 0,964$ respectivamente) e nível de significância de 0,01, ou seja, certeza de 99% (TABELA 1). Deste modo pode-se constatar que as questões sociais são relevantes no cotidiano das corporações. Porto (2017) salienta que, em nível global, as corporações já conseguem perceber que o investimento social é essencial para o desenvolvimento das corporações. É necessário que as corporações tenham visão do momento histórico que o país está vivendo, para que então façam investimento em ações sociais que realmente irão fazer o país progredir, e não apenas utilize-as como marketing aos *stakeholders* (PORTO, 2017).

As corporações que não integram o grupo ISE, não apresentaram correlação significativa entre os aspectos “total econômico” e “total ambiental”, assim como entre os aspectos “total econômico” e “total social” (TABELA 2), ou seja, a apresentação de uma variável não implica na evidência da outra. Costa (2015) entende que a crise financeira/econômica global e as desconfiças geradas pelo cenário político e bancário atual, tem questionado a sustentabilidade do sistema econômico, fazendo com que as corporações expressem menos informações a cerca dos seus dados econômicos.

Tabela 2 - Correlação de *Spearman* das corporações que não integram o grupo ISE

	Práticas de Compras	Presença de Mercado	Lucros	Prejuízos	Total Econômico	Água	Efluentes e Resíduos	Emissões	Energias	Total Ambiental	Práticas Trabalhistas	Direitos Humanos	Sociedade	Responsabilidade pelo Produto	Total social
Práticas de Compras	1														
Presença de Mercado	0,132	1													
Lucros	-0,058	-0,493	1												
Prejuízos	-0,269	-0,702	,912*	1											
Total Econômico	0,116	-0,058	,829*	0,677	1										
Água	,928**	-0,116	0,029	-0,177	0,029	1									
Efluentes e Resíduos	,986**	0,203	0,029	-0,265	0,143	,886*	1								
Emissões	0,783	0,174	0,029	-0,059	0,257	0,543	,829*	1							
Energias	,812*	-0,145	0,029	-0,059	-0,029	0,714	,829*	,886*	1						
Total Ambiental	,928**	0,116	0,086	-0,206	0,086	0,771	,943**	,943**	,943**	1					
Práticas Trabalhistas	0,696	0,319	0,2	0,029	0,486	0,429	0,771	,943**	0,714	,829*	1				
Direitos Humanos	0,696	0,319	0,2	0,029	0,486	0,429	0,771	,943**	0,714	,829*	1,000**	1			
Sociedade	,928**	0,116	0,086	-0,206	0,086	0,771	,943**	,943**	,943**	1,000**	,829*	,829*	1		
Responsabilidade pelo Produto	0,426	-0,338	0,638	0,418	0,348	0,551	0,493	0,319	0,464	0,377	0,377	0,377	0,377	1	
Total social	,928**	0,116	0,086	-0,206	0,086	0,771	,943**	,943**	,943**	1,000**	,829*	,829*	1,000**	0,377	1

Fonte: Elaborada pela autora com base no Software SPSS

Legenda: ** A correlação é significativa no nível 0,01 (bilateral);

* A correlação é significativa no nível 0,05 (bilateral).

Entre os aspectos “total ambiental” e “total social” o estudo sugere correlação forte ($p = 1,000$), com nível de significância 0,01, isto é 99% de certeza. Desde modo pode-se constatar que a medida que as corporações mencionam as categorias ambientais, também evidenciam as categorias sociais, ou vise versa (TABELA 2). Ainda de acordo com o estudo de Costa (2015), as corporações estão a cada dia compreendendo mais a relevância do desenvolvimento sustentável, o qual, apesar de ser mais discutido no passado sobre questões ambientais, abrange todos os campos da sociedade.

Em relação ao aspecto “total econômico” a categoria que apresentou maior correlação ($p = 0,829$) com significância de 0,5, foi a categoria “lucros”, ou seja, a proporção que as corporações mencionam o aspecto “total econômico”, demonstram mais a categoria “lucros” (TABELA 2). Os resultados também sugerem uma correlação significativa entre o “total social” e o “total ambiental” ($p = 1,000$), e entre o “total social” e as categorias ambientais “efluentes e resíduos”, “emissões” e “energias”, visto que todas essas apresentaram correlação

forte ($p = 0,943$) com significância de 0,01 (certeza de 99%). Ou seja, com exceção da categoria “água” as corporações propõem-se a discutir as questões ambientais, fator que pode estar relacionado à atividade das corporações, uma vez que indústrias de grande porte dispõem de mais informações ambientais interligadas.

Nas corporações sem selo ISE, a correlação de *Spearman* sugere que entre o aspecto “total social” a categoria “sociedade” houve uma correlação forte ($p = 1,000$) com grau de significância de 0,01, isto é, certeza de 99%. Ou seja, a medida que as corporações sem selo ISE demonstram interesse nos aspectos sociais, apresentam-se interessadas pela categoria “sociedade”, ou visa versa (TABELA 2). Costa (2015) destaca que, ser responsável perante a sociedade está associado ao respeito pela legislação e a cumprir acordos coletivos entre parceiros sociais. As corporações, para colocarem em prática atitudes sociais de modo pleno, devem dispor de processos de integração éticos, dos direitos humanos e sociais, além de estarem atentas aos consumidores e aos *stakeholders*, visto que esses estão alertas as suas operações.

Por intermédio das Tabelas 1 e 2, pode-se perceber que tanto no grupo de corporações que possuem o selo ISE, quanto no grupo que não possui o selo, a relação entre as informações sociais e outras variáveis é significativa. A pesquisa *Benchmarking* do Investimento Social Corporativo (BISC) (2017) aponta uma retrospectiva da atuação social das corporações nos últimos 10 anos, onde ressalta que a projeção para investimentos sociais para os próximos anos é crescente, e não apenas através dos incentivos fiscais, mas também com recursos próprios da corporação, visando o desenvolvimento da sociedade onde estão inseridas.

Para Campello (2012) os investimentos em ações sociais devem estar relacionados com o ramo de negócio da corporação, segundo ela esse seria o método ideal para definir os investimentos sociais. Outro estudo que faz referência aos investimentos sociais é o de Figueiredo e Araujo (2016), onde os autores verificam que as corporações que adotam práticas socialmente responsáveis apresentam desempenho financeiro superior àquelas que não adotam tais ações.

Segundo Costa (2015) a crise ambiental instaurada pelo excesso de exploração dos recursos naturais, que são perceptíveis pelo desequilíbrio ecológico, tem incitado as corporações a repensar suas atitudes atuais como consequências futuras. A preocupação com a

preservação do meio ambiente, a busca em tornar os processos de produção mais seguros e responsáveis está tornando-se um direcionamento comum às corporações, uma vez que a sociedade, de forma geral, está cada vez mais em busca de produtos sustentáveis produzidos e comercializados por corporações socialmente conscientes, o que corrobora com o estudo de Silva e Cruz (2007).

Ao revelar ações sociais apazíveis, as corporações visam construir uma nova realidade, em que superam os limites usuais capitalistas para se transformarem em corporações responsáveis e merecedoras da atenção dos *stakeholders* (IRIGARAY; VERGARA; ARAUJO, 2017). Contudo, a sociedade tem reformulado significativamente a perspectiva com que encara as corporações, colocando em discussão as suas falhas perante a reponsabilidade social, e requerendo mais atenção das corporações em relação a sustentabilidade empresarial, esta reflexão também é consistente com o estudo de Costa (2015).

Frente à análise da correlação de *Spearman*, pode-se perceber que a menção de algumas categorias tem relação forte com outras, ou seja, à medida que a corporação demonstra preocupação com uma categoria, paralelamente expressa atenção com outra. Diante disso, verifica-se através do Quadro 10 as correlações com grau de significância de 0,01, considerando a menções das expressões comparadas com o total da categoria e entre os totais das três categorias (econômica, ambiental e social).

Quadro 10 – Principais correlações apresentadas pela análise de *Spearman*

Corporações com selo ISE	Corporações sem o selo ISE
total econômico x práticas de compras	total ambiental x efluentes e resíduos
total econômico x lucros	total ambiental x emissões
total econômico x total social	total ambiental x energias
total ambiental x energias	total ambiental x total social
total social x práticas trabalhistas	total social x sociedade
total social x direitos humanos	
total social x sociedade	

Fonte: Elaborado pela autora com base na correlação de *Spearman*

Com base no Quadro 10, pode-se observar que o grupo de corporações com selo ISE possuem mais categorias relacionadas uma com as outras em relação ao grupo que não possui a certificação. As corporações que não possuem o selo ISE apresentam a maioria das correlações significativas (a nível 0,01) ligadas apenas a categoria ambiental, já as corporações que possuem o selo ISE demonstram correlação significativa nas três categorias

(econômico, ambiental e social). Estes dados sugerem que as corporações que possuem o selo ISE estão mais preocupadas com as questões sociais como um todo, enquanto as corporações que não possuem o selo estão mais vinculadas às questões ambientais.

CONCLUSÃO

A elaboração e divulgação do Balanço Social permite que as corporações demonstrem aos *stakeholders* a sua preocupação e o seu comprometimento com as questões socioambientais, assim como, de expressar suas ações em direção a sustentabilidade. A integração ao grupo ISE é um indicativo de que a corporação possui comportamento responsável frente às questões econômicas, ambientais e sociais.

Diante disso, o escopo central deste estudo analisou, a partir dos relatórios sociais/sustentabilidade, as expressões relativas aos aspectos ambiental, social e econômico publicadas por 12 corporações listadas na BM&FBovespa, cinco com o selo ISE e sete corporações sem o selo. Este objetivo verificou se as corporações que possuem o selo centram maior importância aos aspectos da sustentabilidade.

Através dos resultados obtidos pela busca das expressões “práticas de compras”, “presença de mercado”, “lucros”, “prejuízos”, “água”, “efluentes e resíduos”, “emissões”, “energias”, “práticas trabalhistas”, “direitos humanos”, “sociedade” e “responsabilidade pelo produto” nos relatórios sociais/sustentabilidade das corporações foi possível constatar que em todas as categorias tanto as corporações com selo ISE quanto as que não possuem o selo apresentaram pelo menos uma vez a menção de cada categoria no período analisado.

Houve a percepção de que a preocupação dada a cada categoria suporta, em algumas situações, o momento que a corporação está vivenciando. Como, por exemplo, o resultado superior do Itaú S.A em relação as demais corporações quanto a menção da expressão “lucros”, logo constatou-se que a corporação teve aumento significativo em seus resultados

nos últimos anos. Assim como é justificável a diminuição da menção da expressão “presença de mercado” pelo Banco do Brasil S.A, uma vez que a projeção para 2017 era fechar mais de 800 agências em todo o país. Por conseguinte, acontecimentos em todo o mundo podem ser fatores intervenientes a menção das categorias socioambientais nos relatórios sociais/sustentabilidade das corporações.

Em relação à categoria econômica as corporações mencionaram mais vezes a expressão “lucros” no período de 2010 à 2016, assim presume-se que, tanto no grupo que possui o selo ISE quanto no que não possui este selo, as corporações estão preocupadas em demonstrar aos *stakeholders* informações pertinentes aos seus resultados. Na categoria ambiental, em ambos os grupos, o destaque foi o aspecto “energias”, uma vez que o tema está em voga. O grupo de corporações que possui o selo ISE demonstrou-se mais preocupada com a questão, mencionando a expressão 4.151 vezes no período, enquanto o grupo de corporações que não possui a certificação mencionou a expressão 2.519 vezes no período. Na categoria social a expressão mais mencionada no período foi “sociedade”, 12.015 vezes pelo grupo que possui o selo ISE e 8.612 vezes pelo grupo que não possui o selo, manifestando assim que em ambos os grupos as corporações estão preocupadas com o bem estar social.

Entre as corporações que não possuem o selo ISE, as corporações JBS S.A e B3 S.A, na maioria das análises, apresentaram crescimento no número de vezes que mencionaram as categorias no período, assim como tendência ao aumento de informações em demonstrativos futuros, retratando propensão a um bom desempenho econômico, ambiental e social para os próximos exercícios.

Diante da correlação de *Spearman* constatou-se que as corporações que possuem o selo ISE apresentam categorias interligadas, ou seja, na medida que expressam preocupação com uma das categorias do grupo, paralelamente apresentam atenção a outra categoria do tripé. Já o grupo que não possui o selo ISE, na sua maioria, apresentou correlação vinculada apenas com a categoria ambiental.

Em vista do estudo realizado, manifesta-se a questão: a importância atribuída às expressões quanto aos aspectos econômico, ambiental e social publicadas nos relatórios de sustentabilidade/sociais por corporações com o selo ISE são mais expressivas em relação às corporações sem este selo? Observou-se através dos resultados obtidos e a partir da aplicação do coeficiente de determinação aplicado a pesquisa de conteúdo, que as corporações que

possuem o selo ISE apresentaram maior número vezes a menção das expressões por categorias e, também, maior propensão ao aumento do número de vezes que mencionarão as expressões de cunho econômico, ambiental e social nos demonstrativos futuros. Deste modo, conclui-se que as corporações que possuem o selo ISE apresentam informações econômica, ambientais e sociais mais expressivas que as corporações que não possuem o selo.

As informações obtidas neste estudo podem ser utilizadas pelas corporações analisadas e pelos *stakeholders* como fonte de informação e base para tomada de decisões em torno das questões sustentáveis da corporação e, também, como material para comparabilidade de desempenho econômico, ambiental e social entre o grupo de corporações consideradas as maiores do Brasil em 2016. Sugere-se como estudo futuro a comparação das categorias econômica, ambiental e social ao longo dos anos, a fim de verificar se os resultados apresentados em um período influenciam nas decisões socioambientais de períodos seguintes.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Alexandre Costa de; AVELINO, Bruna Camargo; LINHARES, Talissa Bedran. Balanço Social: Análise das Informações Evidenciadas pela Companhia Energética de Minas Gerais e pelo Grupo Light. **Revista Eletrônica do Departamento de Ciências Contábeis & Departamento de Atuária e Métodos Quantitativos (REDECA)**, São Paulo, v. 3, n. 2, p. 77-92, jul./dez. 2016.

ARANTES, Emerson Clayton; SOUZA, Luciana Silva de; SOUZA, Romina Batista de Lucena de; MARQUES, Antônio de Oliveira; MAGALHÃES, Kelly Sindeaux de. Análise da evolução dos indicadores do Balanço Social do sistema Eletrobrás de 2006 a 2008. **Revista de Administração de Roraima**, Roraima, v. 2, n. 1, p. 22-40, jul. 2015.

AS 19 EMPRESAS brasileiras entre as maiores do mundo em 2016. **Revista Forbes Global 2000**. Disponível em: <<https://www.forbes.com/global2000/list/#country:Brazil/>>. Acesso em: 03 nov. 2017.

AZEVEDO, Tânia Cristina; CRUZ, Cláudia Ferreira da. Balanço Social como Instrumento para Demonstrar a Responsabilidade Social das Entidades: Uma discussão Quanto à Elaboração, Padronização e Regulamentação. **Pensar Contábil**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 34, 2006.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. 2ª reimp. da 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2011.

BEUREN, Ilse Maria; LONGARAY, André Andrade; RAUPP, Fabiano Maury; SOUSA, Marco Aurélio Batista de; COLAUTO, Romualdo Douglas; PORTON, Rosimere Alves de Bona. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2003.

_____. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

BITARELLO, Jucelaine; DEBASTIANI, Sandro. **Balanço Social: Um enfoque sobre sua evolução e utilização no panorama brasileiro**. Rio Grande do Sul: Feevale, 2005.

BISC, Benchmarking do Investimento Social Corporativo. Destaques de 2017: uma retrospectiva da atuação social corporativa dos últimos dez anos. **Grupo de voluntariado empresarial**, São Paulo, 12 dez. 2017. Disponível em: <https://grupodevoluntariadoempresarial.files.wordpress.com/2017/12/bisc_2017_digital_final.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2018.

BISQUERRA, Rafael; SARRIERA, Jorge Castellá; MARTINEZ, Francesc. **Introdução à Estatística**: enfoque informático com o pacote estatístico SPSS. Porto Alegre: Artmed, 2004.

BM&FBOVESPA divulga a 11ª carteira do ISE - Índice de Sustentabilidade Empresarial. **BM&FBOVESPA**, São Paulo, 26 nov. 2015. Disponível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/noticias/bm-fbovespa-divulga-a-11-carteira-do-ise.htm>. Acesso em: 03 nov. 2017.

BRAS, Roberto Ruivo; PINTO, Maikol Nascimento; DEGENHARDT, Victor; SOUZA, Luciana Carneiro de. Balanço Social: um estudo sobre o patrimônio social das fundações privadas nacionais. In: SIMPÓSIO INTERNACIONAL DE GESTÃO DE PROJETOS, 3., 2014, São Paulo. **Anais...** São Paulo: III SINGEP e II S2IS, 2014. p. 1- 10. Disponível em: <<http://repositorio.uninove.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/1125/529.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 18 ago. 2017.

CALIXTO, Laura. Vinte anos de discussão sobre o Balanço Social. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, v. 1, n. 155, p. 22-35 out. 2006.

CAMPELLO, Tereza. Investimentos sociais e a construção da boa imagem corporativa. **Filantropia**, São Paulo, 20 out. 2012. Disponível em: <<https://www.filantropia.org/informacao/5086-investimentos-sociais-e-a-constru%C3%A7%C3%A3o-da-bom-imagem-corporativa>>. Acesso em: 12 abr. 2018.

CARVALHO, Fernanda de Medeiros; SIQUEIRA, José Ricardo Maia. Análise da Utilização dos Indicadores Essenciais da Global Reporting Initiative nos Relatórios Sociais de Empresas Latino-Americanas. **Pensar Contábil**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 38, 2007.

CASTRO, José Roberto. Banco do Brasil deixará cidades sem agência: entre a ‘função social’ e o mercado. **Nexo Jornal**, São Paulo, 28 nov. 2016. Disponível em: <<https://www.nexojornal.com.br/expresso/2016/11/28/Banco-do-Brasil-deixar%C3%A1-cidades-sem-ag%C3%A2ncia-entre-a-%E2%80%99fun%C3%A7%C3%A3o-social%E2%80%99-e-o-mercado>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: Métodos Qualitativo, Quantitativo e Misto**. 3ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.

COSTA, Rita Queiroz Magalhães da. **Relatório de Tendências e Inovação - Responsabilidade Social, Portugal**. 2015. 122 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Imagem) – Instituto de Arte, Design e Empresa, Portugal, 2015. Disponível em: <<file:///D:/Downloads/1.%20TESE%20FINAL%20-%20Rita%20Costa.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2018.

CUNHA, Júlio Araujo Carneiro da; YOKOMIZO, Cesar Akira; BONACIM, Carlos Alberto Grespan. Miopias de uma lente de aumento: as limitações da análise de documentos no estudo das organizações. **Revista Alcance – Eletrônica**, Santa Catarina, v. 20, n.04, p. 431-446, out./dez. 2013.

DIAS, Lidiane Nazaré da Silva; SIQUEIRA, José Ricardo Maia de; ROSSI, Monica Zaidan Gomes. Balanço Social: a Utilização dos Indicadores do Global Reporting Initiative (GRI) em Empresas Brasileiras. In: ENCONTRO ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, n. 30., 2006, Bahia. **Anais...** Bahia: EnANPAD, 2006. P. 1-15. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/enanpad/2006/dwn/enanpad2006-apsc-0303.pdf>>. Acesso em: 18 set. 2017.

DIONÍSIO, Bibiana. PF estima que prejuízo da Petrobras com corrupção pode ser de R\$ 42 bi. **G1 Globo**, Paraná, 12 nov. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pr/parana/noticia/2015/11/pf-estima-que-prejuizo-da-petrobras-com-corrupcao-pode-ser-de-r-42-bi.html>>. Acesso em 21 abr. 2018.

FERNANDES, José Wilson Nunes. **Do encanto dos números a realidade dos fatos: Conciliação entre os Balanços Patrimonial e Social da ALUNORTE, RN**. 2010. 72 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2010. Disponível em: <<https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/12168>>. Acesso em: 02 set. 2017.

FERREIRA, Dalcilene Pacheco; ALVES, Everaldo Lino. O Balanço Social E Sua Relevância Como Condição Necessária para ser Diferencial das Empresas Limitadas. **Revista de Administração e Contabilidade**, Pará, v.1, n. 5, p.1-13, 2016.

FERREIRA, Flávio Smania; PUCCI, Eliton Piedade; LOPES, Dirceu Marques; ALBONETI, Evaldo Francisco. Responsabilidade Social Corporativa no processo estratégico das organizações: uma abordagem através do Balanço Social. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO, 7., 2004, São Paulo. **Anais...** São Paulo:SEMEAD, 2004. P.1-13. Disponível em: <http://sistema.semead.com.br/7semead/paginas/artigos%20recebidos/Socioambiental/SA05_Respons_Social_Corporativa_Proc_Estrategi.PDF>. Acesso em: 20 set. 2017.

FIELD, Andy. **Descobrimdo a Estatística usando o SPSS**. 2ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2009. E-book.

FIGUEIREDO, Rebeca; ARAUJO, Elaine Aparecida. Desempenho Financeiro de Empresas Listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE): uma abordagem utilizando método multicritério. **Relatórios De Pesquisa Em Engenharia De Produção**, Rio de Janeiro, v.16, n.1, p. 1-17, 2016.

FONSECA, Felipe Augusto Pessoa de Belmont; ALMEIDA, Karla Katiuscia Nobrega de; FRANÇA, Robério Dantas de. Evidenciação de informações ambientais em empresas do segmento de utilidade pública listadas na BM&FBOVESPA: um estudo sobre a evolução na divulgação dessas informações. **Revista Reunir**, Paraíba, v. 2, n. 3, p. 51-68, dez. 2015.

FONSECA, Renilda do Carmo Pinto. **Compras Sustentáveis: um estudo sobre a adequação de fornecedores às demandas do setor público, MG**. 2013. 160 f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) – Universidade Federal de Lavras, Lavras, 2013. Disponível em: <http://www.prpg.ufla.br/admpublica/wp-content/uploads/2015/12/dissertacao_renilda.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2018.

FREY, Márcia Rosane; SILVEIRA FILHO, Ubirajá. Análise das ações sociais das empresas detentoras do selo IBASE/Betinho – 2000. **Contabilidade Vista & Revista**, Minas Gerais, vol. 14, n. 2, p.9-28, ago. 2003.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

_____. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

GUIA para Elaboração de Balanço Social e Relatório de Sustentabilidade 2007. **Instituto ETHOS**, São Paulo, 10 jun. 2007. Disponível em: <<https://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2012/12/1Vers%C3%A3o-2007.pdf>>. Acesso em: 23 de set. 2017.

GONÇALVES, Marguit Neumann; SANCHES, Simone Leticia Raimundini; RIBEIRO, Roberto Rivelino Martins; VICENTIN, Rodrigo Moretto. Disclosure x sustentabilidade: um estudo das demonstrações contábeis das companhias listadas pela Brazil Stars Index. **Revista do Tribunal de Contas do Estado de Minas Gerais**, Minas Gerais, v. 34, n. 4, p. 42-57, out./dez. 2016.

GRANDELLE, Renato. Investimento em fontes de energia renováveis bate recorde. **O Globo**, Rio de Janeiro, 26 mar. 2016. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/sociedade/sustentabilidade/investimento-em-fontes-de-energia-renovaveis-bate-recorde-18952759>>. Acesso em: 10 de abr. de 2018.

G-4, Diretrizes para relato de sustentabilidade. **Global Reporting Initiative – GRI**, 2015. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/resource/library/Brazilian-Portuguese-G4-Part-One.pdf>>. Acesso em: 10 abr. 2018.

IEDI, Instituto de Estudos de Desenvolvimento Industrial. Sustentabilidade: energias renováveis no Brasil. **SaúdeBusiness**, São Paulo, 17 nov. 2010. Disponível em: <<http://saudebusiness.com/noticias/sustentabilidade-energias-renovaveis-no-brasil/>>. Acesso em: 11 abr. 2018.

IRIGARAY, Hélio Arthur Reis; VERGARA, Sylvia Constant; ARAUJO, Rafaela Garcia. Responsabilidade Social Corporativa: o que revelam os relatórios sociais das empresas. **Revista Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 24, n. 80, p. 73-88, jan./mar., 2017.

ISEBVM, Índice de Sustentabilidade Empresarial. ISE 10 anos. **ISEBVM**, São Paulo, 01 mar. 2016. Disponível em: <http://mediadrawer.gvces.com.br/publicacoes/original/ise10anos_v-03-16-1.pdf>. Acesso em: 14 abr. 2018.

ISEBVM, Índice de Sustentabilidade Empresarial. Processo de seleção. **ISEBVM**, São Paulo, 23 nov. 2011. Disponível em: <<http://www.isebvmf.com.br/processo-de-selecao?locale=pt-br>>. Acesso em: 14 abr. 2018.

ISEBVM, Índice de Sustentabilidade Empresarial. O que é o ISE. **ISEBVM**, São Paulo, 23 nov. 2017. Disponível em: <<http://www.isebvmf.com.br/o-que-e-o-ise?locale=pt-br>>. Acesso em: 14 abr. 2018.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de contabilidade das sociedades por ações**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000

KROETZ, Cesar Eduardo Stevens. **Balanco Social: Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

_____. **Balanco Social: uma proposta de Normalização**. 2000. Disponível em: <<http://www.crcpr.org.br/new/content/publicacao/revista/revista132/balanco.htm>>. Acesso em: 02 set. 2017.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7ª ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LUCA, Marcia Martins Mendes de; CUNHA, Jacqueline Veneroso Alves da; RIBEIRO, Maísa de Souza; OLIVEIRA, Marcelle Colares. **Demonstração do valor adicionado: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

MAÇAMBANNI, Tchiara Aparecida; BELLEN, Hans Michael Van; SILVA, Tiago Lucimar da; VENTURA, Cristiny. Evidenciação socioambiental: uma análise do Balanço Social de empresas do setor elétrico que atuam nas regiões sul e nordeste do Brasil. **Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade**. São Paulo, v. 2, n.1, jan./jun., 2013.

MARTINS, Alex Sandro Rodrigues; QUINTANA, Alexandre Costa; JACQUES, Flávia Verônica Silva; MACHADO, Daiane Pias. O Balanço Social como um instrumento de informação para a sociedade: um estudo na Universidade Federal do Rio Grande. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, Florianópolis, v. 10, n. 19, p. 49-70, jan./abr. 2013.

MELO, Heitor Dias; MELO, Janaina Ferreira Marques de; PEREIRA, Alexandre Wállice Ramos; BARBOSA, Maria de Fátima Nóbrega. Análise da frequência dos itens ambientais nos instrumentos de evidenciação voluntária e obrigatória: estudo de caso nas empresas do segmento de siderurgia registradas na Bovespa entre o período de 2008 a 2012. **Revista Metropolitana de Sustentabilidade**, São Paulo, v. 6, n. 1, p. 24-42, abr. 2016.

MOREIRA, Fabrício do Nascimento; FERREIRA, Aracéli Cristina de Sousa; SIQUEIRA, José Ricardo Maia de; YRIGARAY, Hélio Arthur Reis. Sombras e Silêncio: Análise dos Relatórios Socioambientais do Setor Elétrico. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 46-69, jan./abr. 2016.

O Balanço Social e a Comunicação da Empresa com a Sociedade. **Instituto ETHOS**, São Paulo, 1º jun. 2007. Disponível em: <https://www3.ethos.org.br/wp-content/uploads/2014/05/O_Bal_Soc_e_a_Comun_da_Empr_com_a_Soc_5edi.pdf>. Acesso em: 23 set. 2017.

OLIVEIRA, Francisco Estevam Martins de. **SPSS Básico para análise de dados**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Ciência Moderna, 2007.

OLIVEIRA, José Antônio Puppim de. Uma avaliação dos balanços sociais das 500 maiores. **Revista de Administração – eletrônica**, São Paulo, v. 4, n.1, p.15-19, art.2, jan./jun. 2005.

OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. **Metodologia científica: um manual para a realização de pesquisas em Administração**. Goiás: Catalão: UFG, 2011.

PAVINI, Ângelo. Bolsa: 13% das empresas já divulgam relatórios de sustentabilidade dos padrões da ONU. **Arena do Pavini**, São Paulo, 22 set. 2017. Disponível em: <<http://www.arenadopavini.com.br/arenas-das-empresas/b3-33-das-empresas-respondem-pesquisa-sobre-divulgacao-de-relatorios-de-sustentabilidade>>. Acesso em: 28 out. 2017.

PECHI, Daniele. Conheça o Leia para uma criança. **Plataforma Pró-livro**, São Paulo, 07 ago. 2017. Disponível em: <<http://plataforma.prolivro.org.br/conheca-o-leia-para-uma-crianca/>>. Acesso em: 04 abr. 2018.

PLETSCH, Caroline Sulzbach; SILVA, Alini da; HEIN, Nelson. Responsabilidade social e desempenho econômico-financeiro das empresas listadas no índice de sustentabilidade empresarial – ISE. **Revista de Gestão Social e Ambiental**, São Paulo, v.9, n. 2, p. 53-69, mai./ago., 2015.

PEREIRA, Neimar Sousa Pinto; PEREIRA, Cleber Augusto; MONTEIRO, Renato Pereira; PAIXÃO FILHO, José Maria. Relatórios de sustentabilidade: ferramenta de interface no desempenho social, econômico e ambiental das organizações. **Revista de Auditoria Governança e Contabilidade**, Minas Gerais, v. 3, n. 5, p. 55-70, 2015.

PEROTTONI, Marco Antônio. Balanço Social: responsabilidade, padronização e obrigatoriedade. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, n. 134, p. 50-59, 2002.

PÓLVORA, Lisley. Capacitar para aprofundar as estratégias de compras nas empresas. **Costdrivers**, São Paulo, 29 mar. 2017. Disponível em: <<http://blog.costdrivers.com/capacitar-para-aprofundar-as-estrategias-de-compras-nas-empresas/>>. Acesso em: 29 abr. 2018.

PORTO, Marta. Empresas passam a ver vantagens nas ações sociais. **O Globo**, Rio de Janeiro 21 set. 2017. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/economia/ciclos-empresariais/empresas-passam-ver-vantagens-nas-acoes-sociais-21854034#ixzz5CVCrnyN>>. Acesso em: 12 abr. 2018.

RECH, Tiago. Compostagem: solução ambiental da BRF para destinação de resíduos. **Editora Expressão**, Florianópolis, 07 dez. 2016. Disponível em: <<http://www.expressao.com.br/noticias/materias/07-12-16-Compostagem-solucao-ambiental-da-BRF.php>>. Acesso em: 29 abr. 2018.

RELATÓRIO de Atividades IBASE. **Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas – IBASE**, Rio de Janeiro, 2016. Disponível em: <<http://ibase.br>>. Acesso em: 19 set. 2017.

RELATÓRIOS de Sustentabilidade da GRI: Quanto vale essa jornada? **Global Reporting Initiative – GRI**, 2012. Disponível em: <<https://www.globalreporting.org/resource/library/Portuguese-Starting-Points-2-G3.1.pdf>>. Acesso em: 02 de out. 2017.

RIBEIRO, Maisa de Souza. **Contabilidade Ambiental**. São Paulo: Saraiva, 2005.

_____; LISBOA, Lázaro Plácido. Balanço Social. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, v. 115, p. 1-22, 1999.

RICHARDSON, Roberto J. et al. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3ª ed. rev. ampl. São Paulo: Atlas, 1999.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração: Guia para Estágios, Trabalhos de Conclusão, Dissertações e Estudos de Caso.** 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2012.

SÁ, Antônio Lopes. **Dicionário de Contabilidade.** 9ª ed. São Paulo: Atlas, 1995.

SAMPIERI, Roberto Hernández; COLLADO, Carlos Fernández; LUCIO, Pilar Baptista. **Metodologia de Pesquisa.** 3ªed. São Paulo: McGraw-Hill, 2006.

SANTORE, Mara Jaqueline; SEHNEM, Mariana Müller; BRAUN, Marli. Evidenciação voluntária de informações sociais por empresas do segmento de energia elétrica da BM&FBOVESPA: Análise com base nos Indicadores de Responsabilidade Social Corporativa da ONU. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CUSTOS, 21., 2017, Natal. **Anais...** Natal: CBC, 2017.p. 1-16. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/3833/3834>>. Acesso em: 22 out. 2017.

SEBRAE. Sustentabilidade: relatório de inteligência. **SEBRAE**, Florianópolis, 10 mai. 2015. Disponível em: <http://sustentabilidade.sebrae.com.br/Sustentabilidade/Para%20sua%20empresa/Publica%C3%A7%C3%B5es/5_RI_MAIO_CICLO_DE_VIDA.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2018.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico.** 22ª ed. São Paulo: Cortez, 2002.

SILVA, Adriana Rezende da; CRUZ, Cássia Vanessa Olak Alves. A importância da Contabilidade Ambiental no mundo globalizado. **Revista de Ciências Jurídicas**, Londrina, v. 8, n. 1, p. 81-87, 2007.

SILVA, Andressa Hennig; FOSSÁ, Maria Ivete Trevisan. Análise de Conteúdo: exemplo de aplicação da técnica para análise de dados qualitativos. **Qualitas Revista Eletrônica**, Paraíba, v. 1, n. 17, p. 1-14, 2015.

SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza. **Balanco Social: Teoria e Prática.** São Paulo: Atlas, 2001.

SILVA, Eduardo Aguiar; MENDONÇA, Fabrício Molica; GONÇALVES, Guilherme Vasconcelos e; BERNARDO, Denise Carneiro dos Reis. Investimentos em Ações de Responsabilidade Social no Brasil: uma Análise Quantitativa. **Revista de Administração, Sociedade e Inovação**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p. 53-69, jun. 2015.

SILVA, Nathállya Etyenne Figueira; COELHO, Pedro Felipe da Costa; CAVALCANTE, Carlos Eduardo. Isomorfismo e sustentabilidade: análise nas empresas do setor elétrico brasileiro. **Rede de Revistas Científicas da América Latina, Caribe , Espanha e Portugal**, São Paulo, v. 14, n. 2, p. 251-268, 2016.

SIQUEIRA, José Ricardo de Maia; FERNANDES, Fernanda da Silva. Balanços Sociais no Brasil: Uma Análise Crítica das Práticas Corporativas. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, p. 18-31, 2009.

SOUZA, Herbert de. Balanço Social: voluntário ou obrigatório? **Folha de São Paulo**, 07 abr. 1997. Disponível em: <<http://acervo.folha.uol.com.br/fsp/1997/04/07/2>>. Acesso em: 11 set. 2017.

SOUZA, Marcos Antonio de; PIMENTEL, Rochele Medeiros. Análise de Desempenho Econômico e Social: Estudo do Balanço Social de Empresas Brasileiras. **Revista de Informação Contábil**, Recife, v. 8, n. 3, p. 87–105, jul./dez., 2014.

STROBEL, Juliana Scapulatempo. **Modelo para Mensuração da Sustentabilidade Corporativa Através de Indicadores, SC**. 2005. 136 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) –Uniersidade Federal de Santa Catarina, Santa Catarina, 2005. Disponível em:

<<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/102809/223696.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 23 set. 2017.

TAIAROL, Silvane Maria; RAIMUNDINI, Simone Letícia; BEHR, Ariel. Indicadores sociais internos e a geração de valor adicionado: uma análise da relação do Balanço Social e da demonstração do valor adicionado em bancos brasileiros. **Revista Reunir**, Paraíba, v. 1, n. 2, p. 82-100, dez. 2015.

TERREO, Gláucia. Relate ou Explique: para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. **BM&FBovespa**, São Paulo, 22 set. 2017. Disponível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/institucional/imprensa/ultimos-releases/relate-ou-explique.htm>. Acesso em: 20 abr. 2018.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço Social: Uma Abordagem da Transparência e da Responsabilidade Pública das Organizações**. 1ª ed. São Paulo: Atlas, 2008.

VERGARA, Sylvia C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2000.